

Таким образом, применение данной методики на предприятии позволит выявлять лучших работников, что будет способствовать, в свою очередь, продвижению по служебной лестнице более квалифицированных работников, а также даст руководителю возможность проводить более справедливое распределение премий, доплат и повышающих процентных надбавок к окладам соответствующих работников.

ЛИТЕРАТУРА

1. Агашкова А. Обучение персонала: каждому - по потребности, от каждого – по способности / Кадровая служба – 2008, №6. – С.108-114
2. Аникин Б.А. Высший менеджмент для руководителя: учебное пособие – М., ИНФРА-М, 2000, - 135с.
3. Поведайко М.Л. Методики, используемые для социально-психологической диагностики / Отдел кадров, - 2001, №4. – С.67-69

УДК 664:658.8 (476.6)

ОРГАНИЗАЦИЯ ПОСТАВОК ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ НА ОАО «ЛИДАПИЩЕКОНЦЕНТРАТЫ»

Дегтяревич Ир.И.¹, Михайловская С.И.²

¹УО «Гродненский государственный аграрный университет»

²Институт повышения квалификации и переподготовки кадров

УО «ГрГУ им. Янки Купалы»

г. Гродно, Республика Беларусь

Открытое акционерное общество «Лидапищеконцентраты» является динамично развивающимся предприятием, активно использующим при производстве своей продукции современные технологии.

Реалии сегодняшнего рынка предъявляют все большие требования к производственным и сбытовым предприятиям по организации поставок готовой продукции и расширению рынка сбыта. В этой связи вопросы увеличения объемов сбыта и расширения географии поставок являются достаточно актуальными.

В ходе проведенных исследований нами было установлено, что анализируемое предприятие занимается продвижением продукции как на внутренний рынок Республики Беларусь, так и на экспорт. Рассмотрим более подробно структуру реализации продукции в целом по обществу в разрезе основных каналов сбыта (рисунок 1).

Как видно из данных диаграммы, наибольший удельный вес в 2009 г. занимали поставки продукции предприятиям Минторга, а наименьшая доля поставок при этом приходилась на внешний рынок – 2,8%, или 842,9 млн руб. К 2010 г. в структуре сбыта произошли некоторые изменения. Так, более чем в 2 раза увеличилась доля поставок на

внешний рынок, продвижение продукции предприятиям Белкоопсоюза сохранилось на прежнем уровне, в то время как поставки предприятиям Минторга сократились на 1715,5 млн руб и составили 29,0% в структуре сбыта.

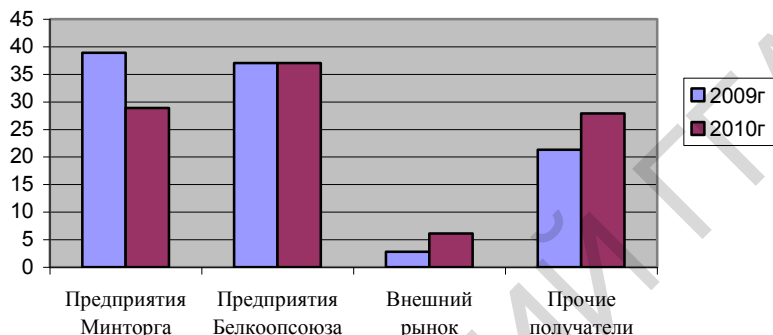


Рисунок 1 – Динамика и структура реализации продукции, %

Более детальный анализ сбытовой деятельности предприятия по основным направлениям позволил сделать следующие выводы (рисунок 2).

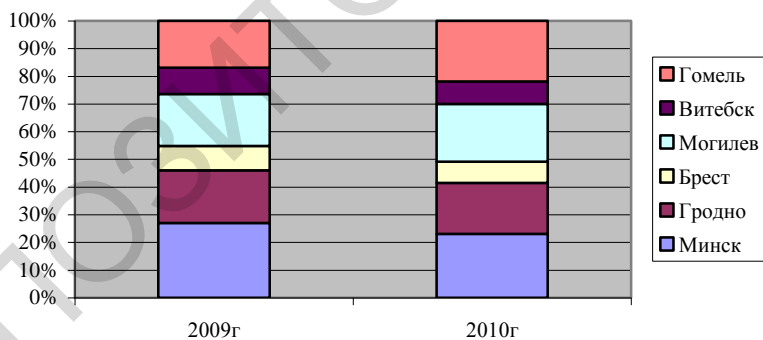


Рисунок 2 – Структура сбыта по географическим регионам, %

Так, на протяжении анализируемого периода наибольший удельный вес в структуре сбыта занимают потребители таких географических регионов, как Минск и Минская область, Могилев и Могилевская область, а также Гомель и Гомельская область. Наименьшую активность при потреблении пищевых концентратов проявляют потребители Брестского региона.

Что касается работы предприятия на внешнем рынке, можем констатировать существенный рост экспортных поставок за последние годы. Темпы роста экспорта по отношению к 2009 г. составили 335,7%, то есть увеличились более чем в 3 раза, при этом наблюдается существенное расширение рынков сбыта. Так, основными зарубежными партнерами общества являются Российская Федерация, Литва и Польша. К числу новых, успешно осваиваемых регионов можем отнести также Армению и Молдову.

Таким образом, результаты проведенных исследований свидетельствуют о высоком уровне организации товарной и сбытовой политики предприятия, что положительно отражается на результатах деятельности общества в целом.

УДК 164 (476)

ПЕРСПЕКТИВЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ ЛОГИСТИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Дегтяревич Ир.И.¹, Михайловская С.И.²

¹УО «Гродненский государственный аграрный университет»

²Институт повышения квалификации и переподготовки кадров

УО «ГрГУ им. Янки Купалы»

г. Гродно, Республика Беларусь

Информационная логистика является сравнительно молодой областью научного и практического исследования и призвана обеспечить реализацию оптимальных путей и способов сбора, обработки, хранения и передачи информации в производственно-хозяйственных системах и их окружении. Это интерактивная структура, включающая персонал, оборудование и технологии, которые объединены информационным потоком, используемым логистическим менеджментом для планирования, регулирования, контроля и анализа функционирования логистической системы.

Организация потоков информации в интегрированной логистической системе является важной задачей с точки зрения сокращения затрат на ее сбор, обработку, хранение и передачу, т.к. сокращает время выполнения заказов, позволяет четко и безошибочно работать с поставщиками и потребителями, дает возможность быстро реагировать на изменение внутренней и внешней среды функционирования предприятия. Таким образом, главной задачей информационной логистики является оптимальное обеспечение информацией всего процесса хозяйственной деятельности предприятия. Причем тем больше развит