

4. Товары. После проведения исследований может происходить изменение структуры и состава ассортимента предприятия. Это включает в себя не только изменение набора создаваемых продуктов или оказываемых услуг, но и изменение на качество, характеристиках, ценовых показателях и тому подобные изменения.

5. Цена. Хотя точная цена может не определяться при стратегическом планировании, ценовые диапазоны следует понимать, в частности, с точки зрения того, что целевые клиенты хотят и могут заплатить, а также какие ценовые разрывы важны, чтобы иметь возможность конкурировать на рассматриваемых рынках.

6. Бренд – это общее предназначение компании, ее продуктов и услуг. Он описывает, что клиенты и другие должны думать и чувствовать, когда они сталкиваются с компанией или ее продуктами и услугами. Бренд находится под влиянием стратегических целей организации и влияет на них, помогает сосредоточиться на коммуникации с клиентами, разработке продуктов и взаимодействия между продуктом и покупателем. Бренд хрупок в том смысле, что это то, что думают и чувствуют покупатели, а не то, что сообщает компания. Это делает формирование решений о бренде критическим.

7. Стратегия продвижения. При создании маркетинговой стратегии, организация должна определить, какая маркетинговая деятельность обеспечит максимальное информирование целевой аудитории о продуктах или услугах, которые вы предлагаете, и объяснение потребителям, почему именно продукция организации отвечает их потребностям. Есть много способов достичь этого: такие как различные формы рекламы, выставки, связи с общественностью, цифровой маркетинг и эффективная стратегия «точки продаж». Стоит ограничить маркетинговую деятельность организации теми методами, которые, по вашему мнению, лучше всего будут работать с вашим целевым рынком, чтобы избежать слишком узкого или избыточного распределения бюджета.

8. Мониторинг и оценка. Мониторинг и оценка эффективности маркетинговой стратегии организации – это ключевой элемент, который часто упускается из виду. Этот элемент управления не только помогает организации увидеть, как маркетинговая стратегия работает на практике, но также может помочь в определении вашей будущей маркетинговой стратегии. Наиболее простым способом определения эффективности маркетинговой стратегии является опрос новых клиентов, о том, как они узнали об организации. Более глубокий анализ может быть получен из анкет, фокус-групп и изучения онлайн-поведения клиентов.

9. Маркетинговый план. После определения маркетинговой стратегией, составляется план, в котором будет указано, как вы собираетесь выполнять эту стратегию, и оцените ее успех. План должен постоянно пересматриваться и, при необходимости, обновляться, чтобы организация могла быстро реагировать на изменения потребностей клиентов и отношения в отрасли и в более широком экономическом климате [3,4].

Заключение. Исходя из вышеизложенного, очевидно, что создание маркетинговой стратегии начинается с выявления целевой аудитории и определения её потребностей, далее происходит создание или изменение ассортиментной политики в соответствии с потребностями покупателей, потом или параллельно с этим происходит разработка создание бренда, далее определяется стратегия продвижения продукции. Процесс разработки и реализации маркетинговой стратегии на этом не заканчивается, так как для успешной работы организации необходим постоянный анализ и оценка эффективности маркетинговой стратегии, и её корректировка при снижении эффективности или изменении основной цели деятельности организации. При этом следует отметить, что важен каждый этап и игнорирование или пропуск любого из элементов не позволит создать эффективную маркетинговую стратегию.

ЛИТЕРАТУРА

1. BusinessDictionary [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.businessdictionary.com/definition/marketing-strategy.html>. – Дата доступа: 10.03.2020.
2. Business portal AzCentral What Are the Three Main Objectives of a Marketing Strategy? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://yourbusiness.azcentral.com/three-main-objectives-marketing-strategy-7962.html>. – Дата доступа: 10.03.2020.
3. Business portal Changing minds Elements of Marketing Strategy [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://changingminds.org/disciplines/marketing/marketing_strategy/elements_strategy.html. – Дата доступа: 10.03.2020.
4. Business portal nibusinessinfo Create your marketing strategy [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://changingminds.org/disciplines/marketing/marketing_strategy/elements_strategy.htm. – Дата доступа: 10.03.2020

УДК 338.26.01

МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Е.А. Бабей, студент группы 10507115 ФММП БНТУ,
научный руководитель – старший преподаватель А.В. Авдиенко*

Резюме – На современном этапе экономического развития Республики Беларусь одним из важных критериев существования, развития и работы каждого промышленного предприятия является обеспечение эффективности его деятельности. Процесс повышения эффективности деятельности предприятия, представленный в научной литературе, носит в значительной степени описательный характер и не отражает методоло-

гических проблем установления оптимального набора критериев и выбора методов определения и оценки эффективности полученных моделей повышения эффективности деятельности предприятий, что, собственно, и обуславливает необходимость таких исследований. Обеспечение успешной работы и высокой эффективности предприятий ведущих отраслей экономики является основной задачей возрождения и дальнейшего прогрессивного развития промышленности нашей страны.

Summary – At the present stage of economic development of the Republic of Belarus, one of the important criteria for the existence, development and operation of each industrial enterprise is to ensure the effectiveness of its activities. The process of improving the efficiency of the enterprise, presented in the scientific literature, is largely descriptive and does not reflect the methodological problems of establishing the optimal set of criteria and the choice of methods for determining and evaluating the effectiveness of the obtained models for improving the efficiency of enterprises, which, in fact, necessitates such studies. Ensuring the successful operation and high efficiency of enterprises in leading sectors of the economy is the main task of the revival and further progressive development of our country's industry.

Введение. В современном мире, независимо от того, насколько велика или мала ваша компания, повышение эффективности работы предприятия по отношению к капиталовложениям – ключевое решение для поддержания конкурентного преимущества, качества работы взаимосвязанных элементов производства и основа для экономической политики в целом. Именно это является целью повышения эффективности работы предприятия.

Основная часть. Эффективность является основой для построения количественных критериев ценности принимаемых решений и отражает процесс развития производительных сил в тесном контакте с производственными отношениями. Единая научно-методическая и практическая интерпретация результатов деятельности общества для всех уровней и отраслей экономики представляет большой научно-практический интерес для всех хозяйствующих субъектов. Повышение эффективности работы предприятия – актуальный вопрос, возникающий в любой организации в условиях инновационного спроса и конкурентоспособности. Руководство компании должно иметь знания в области внешней и внутренней среды, организации производственных процессов, основываясь на которые, можно будет разрабатывать план для достижения поставленной цели. Основная часть традиционной системы финансовых показателей должна быть дополнена показателями, относящимися к другим важным видам деятельности. производительность компании: производство, сертификация, маркетинг и трудовая деятельность

Основными задачами анализа являются: анализ хозяйственной деятельности предприятия; выявление факторов, оснований, причин и последствий полученного результата; подготовка и обоснование принимаемых управленческих решений; выявление и мобилизация резервов повышения эффективности хозяйственной деятельности. Бухгалтерская и управленческая отчетность не позволяет получить необходимую информацию о реальном положении дел: финансовые показатели характеризуют только исторический аспект событий, которые уже произошли. Игнорирование таких факторов, как существующие отношения с клиентами и партнерами, знания и опыт сотрудников, а также уровень передовых технологий не позволяет компании достичь долгосрочных целей. [1].

В ходе анализа были изучены показатели экономической эффективности следующих направлений деятельности предприятий: маркетинга, исследований и разработок, продаж, производства и распределения. Маркетинг в настоящее время становится "философией управления", основными элементами которой называются рыночная ориентация, подчинение интересам потребителей, предложение повышенных выгод потребителям. Для оценки эффективности маркетинга нами был выделен ряд показателей: доля рынка, рентабельность маркетинговых затрат, сохранение и увеличение количества клиентов, относительное качество продукта.

Оценка эффективности НИОКР связана с оценкой научно-технического потенциала предприятия и может осуществляться по ряду параметров, отражающих наряду с НИОКР некоторые другие направления. К ним можно отнести такие показатели, как интенсивность исследований, обновление продукции, сокращение сроков внедрения. Оценка эффективности закупок может проводиться на основе таких показателей, как рентабельность запасов, сокращение сроков поставки. Характеризуя эффективность производства, указаны такие показатели, как рентабельность продаж (доля прибыли в общем объеме продаж), производительность (эффективность всех факторов производства), гибкость производства, капиталоемкость, материалоемкость.

Как относительно самостоятельную функциональную область деятельности предприятия продажи можно оценить через показатель "рентабельность затрат на сбыт", в данном случае можно использовать показатель "доля рынка". Повышение эффективности продаж повышает пропускную способность каналов дистрибуции.

В технологической цепочке разработки продукции такие направления бизнеса, как финансы, персонал, развитие, не являются отдельными этапами, а затрагивают все аспекты основной производственной деятельности. Эффективность работы персонала можно оценить с помощью следующих количественных показателей: продажи на одного сотрудника, обучение и оплата труда персонала, рентабельность затрат на обучение. Эффективность корпоративных финансов приводит к повышению финансовой устойчивости, платежеспособности, рентабельности, маржи прибыли и имущественного положения.

Однако, для того, чтобы произвести определенные изменения в деятельности предприятия, необходимо провести анализ его текущего состояния. Существует три наиболее важные области, которые содержат важную информацию, благодаря которой можно определить, какие изменения необходимы:

а) люди – есть ли у вас люди с нужными навыками в нужных местах, у вас есть менеджер проекта, чтобы держать критический путь видимым и на ходу, являются ли цели четко определенными, реалистичными и безопасными, какие подходы к управлению коллективом используются;

б) процессы – когда в последний раз рассматривались процессы, проводились ли какие-то мероприятия по улучшению процессов, где болевые точки и узкие места, на какие места в оценке производительности нужно обратить внимание;

в) оборудование и технологии – все ли оборудование в хорошем состоянии, является ли технология, на которую полагается предприятие, оптимальной для текущих потребностей, насколько легко вносить изменения в производство, инновационная деятельность предприятия [2].

Принимая во внимание изучение эффективности деятельности предприятия, внутренних и внешних факторов, влияющих на эффективность деятельности предприятия, необходимо рассматривать сферу деятельности предприятия в разрезе двух групп. К первой группе относятся такие функциональные направления бизнеса, как маркетинг, исследования и разработки, закупки, производство и дистрибуция. Вторая группа - это кадры, финансы и развитие организации. Персонал и финансы являются важным ресурсом любой деятельности и играют ключевую роль на всех этапах разработки и внедрения продукции предприятия. Другие виды ресурсов являются частью закупок, приобретаемых за счет использования людских и финансовых ресурсов. Развитие как функциональное направление промышленного предприятия - это деятельность, направленная на повышение привлекательности бизнеса и обеспечение его роста. Несмотря на свою самостоятельную значимость в современных условиях, возможность развития предприятий зависит от эффективности их основной деятельности, поэтому данное направление выбрано в качестве конечной составляющей в структуре основных направлений предпринимательской деятельности.

Прежде чем приступить к осуществлению каких-либо методов повышения эффективности производства, сначала важно измерить текущий уровень производительности предприятия. Многие компании, которые хотят повысить свою конкурентоспособность, вкладывают много денег и верят в методы для отслеживания эффективности своих заводов и офисов. Существует множество примеров эффективного измерения производительности – систем, которые привели к значительному повышению операционной эффективности. И часто за ними стоят не очень хорошие результаты [3].

Возможно, самое важное использование измерения производительности – это объективный источник информации о долгосрочных тенденциях работы. Индекс может привлечь внимание к заводам или отделам, испытывающим необычные проблемы или необычайно высокие показатели. Сравнение производительности также может стимулировать полезный обмен идеями. Различия в объеме вертикальной интеграции или субподряда, учетной политике и многих других факторах часто затевают относительную производительность компаний. Тем не менее, если бизнес оказывается гораздо менее продуктивным, чем конкурент, у него, вероятно, есть реальная проблема. Менеджеры могут настаивать на том, что разрыв в производительности завышен, и они могут быть правы. Однако им будет трудно утверждать, что его не существует.

Заключение. Эффективность развития как функциональное направление – это деятельность, направленная на повышение стоимости компании и обеспечение привлекательности бизнеса. Предлагаемые показатели оценки экономической эффективности предприятий позволят повысить конкурентоспособность их продукции, увеличить прибыль, а значит и повысить рыночную стоимость предприятия, основываясь на использовании механизмов эффективного управления в условиях изменяющейся рыночной ситуации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Балтакса, П.М. Слагаемые эффективности: Из опыта промышленного предприятия: учебное пособие/ П.М. Балтакса. – М.: Экономика, 2016. – 92 с.

2. V.A. Cheymetova, V.V.Scherbakov, «Methodological approaches to managerial efficiency evaluation of organization», [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.revistaespacios.com/a17v38n48/a17v38n48p08.pdf/>. Дата доступа: 15.03.2020.

3. Harvard business review, «No-Nonsense Guide to Measuring Productivity», [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://hbr.org/1988/01/no-nonsense-guide-to-measuring-productivity/>.. – Дата доступа: 16.03.2020.

УДК 331.44

РИСК ДЕПРЕССИВНОГО СОСТОЯНИЯ РАБОТНИКОВ

*В.В. Барковская, студент группы 10507216 ФММП БНТУ,
научный руководитель – старший преподаватель И.Г. Разумовская*

Резюме – В данной статье обсуждается риск депрессивных состояний работников. Это напрямую влияет на их продуктивность, а, значит, на результаты деятельности компании, в которой они работают. Следовательно, интересом работодателей является забота о ментальном состоянии сотрудников, которая может проявляться в наблюдении признаков депрессивного состояния, разговора с сотрудником, который не переходит его личные границы, обеспечение дружеской рабочей среды, а также предоставление различных