

тыс. тонн, для заправки автотранспорта физических и юридических лиц 12,1 тыс. тонн, на производственные и коммунально-бытовые нужды предприятий 1,5 тыс. тонн. Объем отпуски сжиженного газа населению снизился на 4,5% к соответствующему периоду прошлого года.

Списочная численность работников УП «Брестоблгаз» на 1.01.2008 года составляла 3039 чел., а на 1.01.2009 года – 3147 чел. Увеличение численности произошло в связи с увеличением объемов работ, открытием новых производств: швейный участок, производство железобетонных конструкций и др., в общем было создано 97 новых рабочих мест. И это, ярче любых слов, говорит не только об эффективности работы предприятия, но и снижении уровня безработицы в нашем регионе [1,2].

Предприятием выполнен план технического перевооружения и повышения качества обслуживания систем газоснабжения. Произведена замена 16922 единиц морально устаревшего бытового газового оборудования (свыше 20 лет) за счет средств собственников. Выполнена замена 134 единиц оборудования ГРП, ГРУ, находящегося в эксплуатации. Была продолжена в отчетном периоде работа по телемеханизации производственных процессов. Всего по состоянию на 1.01.2009 г. оснащено телеметрией 406 ГРП, что позволило повысить качество обслуживания систем газоснабжения, в целях реализации Закона Республики Беларусь от 4 января 2003 №176-З «О газоснабжении», где говорится о внедрении современных технических средств для использования в сети телемеханизации и в автоматизированных системах управления технологическими процессами[3,41]. Потому что в «погоне» за экономической рентабельностью и показателями нельзя забывать о главной цели – обеспечении безаварийного и бесперебойного газоснабжения потребителей.

УП «Брестоблгаз» выполнено задание по целевому показателю по энергосбережению, при задании – 9% выполнение составило – 10,7%, что положительным образом отразилось на экономии финансовых средств по данной статье расходов. И это имеет большое значение, т.к. в целом для республики затраты на энергетические ресурсы представляют очень большие расходы по всем отраслям экономики. Но в структуре себестоимости выполняемых предприятием работ и оказываемых услуг основной удельный вес занимает оплата газа – более 90%. Условно-постоянные затраты, которые составляют всего 8-9%, можно считать невысокими, но это только с точки зрения процента в общей сумме затрат. Конкретная цифра уже за первые 5 месяцев 2009 года составляет более 49 млрд. руб. Это, к сожалению, несравнимо с суммой экономии, которую предприятие получает от выполнения показателя по ТЭР, из чего следует, что главный резерв экономии заложен в условно-постоянных затратах. И еще очень важно не забывать, что каждый работник на предприятии и результаты его труда определяют будущее предприятия и его рентабельность[2,2].

Таким образом, УП «Брестоблгаз» необходимо организовать эффективную систему управления затратами и доходами предприятия, к внедрению управленческого учета на предприятии. Данный учет позволит владеть оперативными натуральными и стоимостными показателями структурных подразделений и, как результат, сделать возможным принятие руководством более эффективных управленческих решений. А также жизненно необходимо постоянный поиск ресурса экономии и методов сокращения затрат.

ЛИТЕРАТУРА

1. Сикора, П.Д. Доклад на Совете УП «Брестоблгаз» от 05.03.2009г. // Наша ГАЗета УП «Брестоблгаз». – 2009. – №2. – С.2.
2. Бородавко, Г.И. Доклад на встрече с министром энергетики Республики Беларусь Озерцом А.С. от 18.06.2009г.// Наша ГАЗета УП «Брестоблгаз». – 2009. – №6. – С.2.
3. Гутырчик, Г. Газ для нас // Промышленная безопасность. – 2009. – №8. – С. 41.

ЧЕРНОРУК С. В. м.э.н.

Учреждение образования «Полесский государственный университет», г. Пинск

ИННОВАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ АУДИТА КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ

Важным условием успешного развития инновационной деятельности является наличие соответствующей инновационной инфраструктуры, одним из элементов которой является аудит качества обслуживания. Высокий уровень качества обслуживания – один из важных факторов успешного бизнеса на рынках с сильной конкуренцией. В первую очередь это касается компаний, работающих в сфере услуг. Руководители данных организаций не всегда могут самостоятельно проконтролировать процесс общения персонала с клиентами, часто управленческие решения искажаются некачественной работой персонала, следовательно, возникает необходимость в регулярном контроле над работой сотрудников компании.

Аудит качества обслуживания – это комплекс услуг по мониторингу работы торгового и обслуживающего пер-

сонала. Данную услугу оказывают специализированные маркетинговые и консалтинговые агентства. В Республике Беларусь ведущей компанией в области оценки качества обслуживания является маркетинговая компания Indecom. Наряду с бизнес-школой ИПМ и Исследовательским центром ИПМ компания образует крупнейший образовательно-консалтинговый альянс в Беларуси. Ее клиентами являются такие известные компании, как Милавица, МТС, сеть салонов связи «Связной». На сегодняшний день Indecom – единственная компания в Беларуси, которая была принята в клуб маркетологов – провайдеров Mystery Shopping.

Необходимость аудита качества обслуживания объясняется желанием руководства добиться больших результатов в бизнесе, а этому мешают следующие ситуации: не работают программы стимулирования сбыта; слабая конкурентная позиция компании на рынке; клиент не продлевает договор; имеется много замечаний со стороны клиентов; реклама не приносит желаемого результата. Что из этого списка выберет компания-заказчик, зависит от целей, которые она поставила перед собой, и задач, которые предстоит решить, обратившись в соответствующее агентство за исследованием.

В точках обслуживания клиентов аудит качества обслуживания будет способствовать успеху по следующим направлениям:

- Получать на регулярной основе актуальную и объективную информацию о том, как работают сотрудники и выполняются принятые стандарты обслуживания клиентов;
- Принимать оперативные решения по оптимизации бизнес-процессов;
- Совершенствовать и внедрять корпоративные стандарты качества обслуживания, контролировать их соблюдение в рамках всей торговой или сервисной сети (внешний вид, манеры обслуживающего персонала, оформление торгового зала, фирменный стиль);
- Принимать обоснованные кадровые решения; в том числе о необходимости организации обучения персонала (проведение тренингов для торгового персонала);
- Получать информацию и оценивать эффективность использования размещения рекламных материалов, в том числе оценивать организацию работы с клиентами в Интернет.

Основными методами, используемыми для организации исследований по аудиту качества обслуживания, являются: Mystery shopping; Опросы клиентов.

Метод «MYSTERY SHOPPING» («Таинственный покупатель») появился в США после окончания Второй мировой войны. Это был, своего рода, контроль за кассирами. В 70-х годах прошлого века на рынке стали появляться технические новинки, и от их презентации продавцами-консультантами напрямую зависели объемы продаж. Тогда появился термин «Mystery Shopping», и услуги мнимых покупателей стали активно применяться для проверки работы розничных сетей.

Суть данного метода заключается в следующем: специально обученные люди, "тайные покупатели", под видом обычных клиентов вступают во взаимодействие с различными службами компании с целью оценить качество их работы. Задача «покупателя» - произвести все необходимые по инструкции действия, оценить заявленные этапы и детали процесса обслуживания, при необходимости – произвести покупку и заказать доставку и установку товара или получить услугу. По результатам визита «таинственный покупатель» заполняет специально разработанную анкету.

Существует 3 базовых варианта организации программ «Mystery shopping»:

1. Посещение торговой точки «таинственным покупателем» (посещение торговой точки специально отобранным штатным или внештатным сотрудником, заполнение им анкеты и предоставление подробного отчета о содержании визита).

2. Контрольная закупка (посещение торговой точки специально отобранным штатным или внештатным сотрудником агентства, совершение им покупки или получение услуги с последующим заполнением анкеты и предоставлением подробного отчета о содержании визита).

3. Теле-контроллинг (осуществление контрольного звонка в компанию заказчика и критериальная оценка качества разговора в соответствии со специально разработанной анкетой и последующим предоставлением отчета).

Маркетинговые и консалтинговые агентства при организации программ «Mystery shopping» гарантируют индивидуальный подход при разработке материала для исследований с учетом конкретных задач заказчика, а также профессиональную консультативную поддержку в вопросах использования результатов «Mystery shopping».

Метод ОПРОСОВ КЛИЕНТОВ заключается в проведении независимого опроса о качестве работы персонала компании-заказчика и пожеланиях клиента:

- на входе/выходе из точки обслуживания путем анкетирования;
- по телефону.

Специалисты разрабатывают максимально информативную и всестороннюю анкету и инструктивный

материал для проведения исследования. Заказчик исследования получает результаты в виде структурированного аналитического отчета, а также имеет возможность изучения данных индивидуальных опросных листов, содержащих оценки и детальные комментарии клиентов.

Наиболее эффективно применять метод опроса реальных клиентов в сочетании с «Mystery shopping».

Основные этапы проведения аудита качества обслуживания:

- подготовительный этап,
- разработка концепции исследования,
- осуществление исследования,
- презентация отчета.

При исследовании компании с целью выявления недостатков работы персонала с клиентами и их устранения в дальнейшем предлагается использовать сфокусированное обучение и другие инновационные подходы. Оценить эффективность подобного обучения позволяют контрольные замеры через определенный период времени. Программы контрольных закупок особенно продуктивны, если имеют характер мониторинга.

Инновационная составляющая аудита качества обслуживания может использоваться для сбора маркетинговой информации, оценки лояльности сотрудников, их коммуникативной компетентности. Используемые технологии позволяют сравнить свою компанию с другими сильными игроками на рынке – конкурентами. Данные, полученные в подобных исследованиях, могут помочь пересмотреть свою собственную маркетинговую стратегию и внести в нее коррективы.

ЛИТЕРАТУРА

1. www.retail-servise.ru
2. www.indecom.by
3. www.apexberg.ru
4. Владиславлев, Д.Н. Энциклопедия банковского маркетинга. – М.: Ось-89, 2006. – С. 28-40.

ШОЛОМИЦКАЯ М. М., м.э.н., аспирантка

Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет», г. Минск

СОСТОЯНИЕ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РУП «БЕЛМЕДПРЕПАРАТЫ»

В современных условиях любое предприятие стремится обеспечить непрерывный рост производства и сбыта продукции и достичь на этой основе эффективной хозяйственной деятельности. Стратегически устойчивое экономическое развитие предприятий невозможно без широкого системного использования продуктов научной, научно-технической, научно-производственной, нововведенческой деятельности. В этой связи способность осуществлять инновации является необходимым условием предприятия.

Инновационная деятельность расширяет круг производимых товаров и услуг, улучшает их качество, что способствует удовлетворению потребностей общества. За счет инноваций появляется возможность вовлекать в производственную деятельность новые производительные силы, создавать товары и услуги с меньшими затратами труда, материалов, энергии. Концентрация инноваций в той или иной сфере помогает привести структуру воспроизводства в соответствие со структурой изменившихся потребностей и структурой внешней среды. Таким образом, инновационная деятельность является непременным условием динамичности предприятия, включающая все научные, технологические, организационные, финансовые и коммерческие действия, приводящие к осуществлению инноваций или задуманные с этой целью [1, с. 23].

Активизация инновационной деятельности напрямую связана с формированием современного организационно-экономического механизма этой деятельности. Именно организационная сторона нововведений во многом определяет темпы научно-технического прогресса на предприятиях. Проявление научного потенциала инновационной деятельности можно проследить на примере ведущего предприятия фармацевтической промышленности Республики Беларусь – РУП «Белмедпрепараты».

РУП «Белмедпрепараты» является валообразующим предприятием отрасли и г. Минска. За последние 20 лет общая номенклатура выпускаемой продукции на предприятии выросла с 27 до 300 наименований. В настоящее время ежегодно выпускается до 200 наименований готовых лекарственных форм (антибиоти-