

«Оливария» (21,3%), марке «Криница» (20,6%).

Основным фактором принятия решения о покупке пива 51,5% опрошенных респондентов посчитали вкус пива, доступная цена - 27,9%, приверженность к марке - 10%.

При исследовании потребителей основной акцент был поставлен на выявлении предпочтений респондентов, что существенно влияет на выбор мероприятий по продвижению продукции.

По итогам исследования автор сформулировал основные проблемы продвижения пива:

- ✓ недостаточное внимание уделяется печатным изданиям в областных центрах и регионах для решения данной проблемы;
- ✓ отсутствует сайт предприятия;
- ✓ нет обратной связи с потребителем;
- ✓ нехватка POS-материалов в местах продажи.

Для решения существующих проблем автором были разработаны предложения по совершенствованию продвижения продукции на предприятии, которые включают в себя:

✓ размещение заметок, статей о предприятии, выпускаемой продукции, а также текущих изменениях, новшеств на порталах, специализированных сайтах благоприятно сказывается на имидже предприятия и соответственно поднимает имидж выпускаемой продукции в глазах потребителей;

✓ создание сайта предприятия, который представляет собой мощный инструмент для привлечения внимания целевой аудитории и потенциальных партнеров. При качественном подходе к созданию сайта создается первое впечатление о предприятии, уровне профессионализма и успеха. При разработке сайта предприятия предполагается использовать следующую структуру: закладка «предприятие» должна содержать общую информацию, историю предприятия, основные достижения, сведения о технологии производства продукции, партнерах; закладка «продукция» – каталог продукции, персональную страницу с описанием товара, сертификаты; закладка «новости» – новости предприятия, архив новостей; закладка «обратная связь» – контактные данные предприятия, схема проезда к предприятию, информацию о представителях и представителях в областных центрах Республики Беларусь;

✓ организация обратной связи с потребителем. Данное мероприятие позволит потребителю, при неудовлетворенности качеством приобретенного пива, напрямую связаться с начальником производства пива, обменять некачественный товар, высказать свои пожелания;

✓ разработка фирменных ценников на пиво, POS-материалов в местах продаж благоприятно скажется на имидже предприятия и на объемах приобретаемой продукции.

Предложенные мероприятия потребуют дополнительных затрат, однако, по экспертной оценке автора, данные затраты окупятся в течение непродолжительного времени.

ТКАЧУК С.Н., ассистент

Учреждение образования «Брестский государственный технический университет», г. Брест

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РАБОТЫ УП «БРЕСТОБЛГАЗ»

Основные производственные показатели производственно-хозяйственной деятельности УП «Брестоблгаз» за 2008 год выполнены предприятием в целом и всеми его структурными подразделениями.

В основном большинство мероприятий были направлены на снижение издержек производства и, в итоге, к концу отчетного 2008 года был получен результат на сумму 578 млн.руб.

В частности, в отчетном периоде было введено в эксплуатацию 481 км газопроводов за счет всех источников финансирования. Объем инвестиций в основной капитал (без НДС) составил 47 млрд.руб., в том числе за счет собственных средств предприятия – 20,3 млрд.руб.

В 2008 году газифицировано 7,5 тыс. квартир или 141,9% к плану, в том числе природным газом – 6 тыс. квартир, сжиженным газом – 1,5 тыс. квартир. Переведено со сжиженного газа на природный газ 5,1 тыс. квартир. Установлено 24 тыс. приборов учета расхода газа. На 1.01.2009 г. приборами учета расхода газа оборудована 171 тыс. квартира, что составляет 50,8% от числа квартир, подлежащих оборудованию газовыми счетчиками.

В 2008 году отпущено потребителям природного газа в объеме 2272,7 млн. м³, в том числе промышленным потребителям – 1960 млн.м³, населению – 292,8млн.м³, коммунально-бытовым потребителям – 193,9 млн.м³. Объем отпуска природного газа промышленным потребителям возрос к 2007 году на 17,3%.

Сжиженного газа в 2008 году потребителям отпущено в объеме 31,5 тыс. тонн, в т.ч. населению 17,9

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-