

ни отвечающую сложившейся ситуации. Переходя на односменный режим работы, предприятие расширило потоки производства, тем самым обеспечивая перевод основных рабочих на аналогичные рабочие места в других подразделениях. Сокращение же происходило в основном за счет аппарата управления предприятием и вспомогательных работников с повременной оплатой труда, должностные обязанности которых распределялись среди других работников по мере возможности.

Таким образом, ОАО «Славянка» пыталось максимально сохранить численность швей – рабочих, обеспечивающих основное производство и приносящих прибыль организации. В результате, после преобразований, доля численности работников аппарата управления к общей численности работников предприятия составила 4 %, когда в среднем по отрасли этот показатель – 8 %.

Возобновили свою активность программы обучения персонала и повышения квалификации, ведь некоторым работникам во избежание потери рабочего места приходилось осваивать работу на новых местах.

Бесконфликтное введение изменений в условиях сотрудничества всего коллектива является скорее исключением, чем правилом. Не существует универсальных методов преодоления противодействия организационными изменениями, и в задачи руководства входят поиски персональных подходов к решению проблемы. Кадровой службе необходимо помнить, что от того, насколько активно, продуманно и целенаправленно она действует, зависит успех вывода предприятия из кризиса.

*Е.Г. Коновалова
Филиал БГЭУ (Бобруйск)*

ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА СБЫТА ПРОДУКЦИИ В РАЗРЕЗЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ РУП «МОГИЛЕВХЛЕБПРОМ "БОБРУЙСКИЙ ХЛЕБОЗАВОД"»

Основным рынком сбыта продукции Бобруйского хлебозавода филиала РУП «Могилевхлебпром» является город Бобруйск и Бобруйский район.

Емкость рынка хлебобулочных изделий в городе Бобруйске и Бобруйском районе составляет 14640 тонн в год. Доля рынка Бобруйского хлебозавода в структуре рынка хлебобулочных изделий в городе Бобруйске и районе составляет 81 %. Это свидетельствуют о том, что Бобруйский хлебозавод занимает лидирующее положение на рынке. Однако, несмотря на это, объемы производства завода с каждым годом снижаются.

Для того чтобы разобраться в этой ситуации, был проведен опрос 60 торговых точек, расположенных в городе Бобруйске, например: «Виталюр», «Ноев ковчег», «Квартал», «ПерекрестОК», «Атланта», «АЛМИ» и др.

Результаты оказались следующими: 63 % респондентов сотрудничают с Бобруйским хлебозаводом свыше 5 лет, 17 % – от 1 года до 5 лет, 10 % опро-

шенных магазинов приобретают продукцию Бобруйского хлебозавода от 6 месяцев до 1 года, 10 % – до 6 месяцев.

63 % опрошенных довольны качеством продукции Бобруйского хлебозавода, 3 % – очень довольны, 27 % – относятся нейтрально, и лишь 7 % респондентов недовольны качеством продукции.

37 % – полностью удовлетворены ассортиментом Бобруйского хлебозавода, 57 % – удовлетворены только отчасти, и 7 % – не удовлетворены.

Если цены на продукцию Бобруйского хлебозавода заметно возрастут, то 39 % респондентов будут продолжать приобретать этот товар и по новым ценам, 35 % – будут искать подобную продукцию в другом месте по более низким ценам и 26 % – будут искать иную продукцию, которая лучше бы отвечала запросам потребителя.

При ответе на вопрос: «На что Вы в первую очередь обращаете внимание при приобретении интересующего Вас продукта?» результаты опроса распределились следующим образом: на внешний вид самого продукта – 20 %; на его упаковку – 6 %, на удобство и комфорт при его употреблении – 3 %, на производителя данного продукта – 4 %, на стоимость продукта – 13 %, на качество продукта – 29 %, на срок годности продукта – 14 %, на полезные свойства этого продукта – 9 %, на рекламу данного продукта – 2 %. Бобруйскому хлебозаводу необходимо больше внимания уделять качеству продукта, его внешнему виду, а также искать пути снижения цены на продукцию.

Среди факторов, которые мешают при заказе продукции у Бобруйского хлебозавода, 17,5 % респондентов выделяют несохранение уровня качества упаковки продукта, 2,5 % – несохранение уровня качества потребительских свойств в процессе транспортировки, 37,5 % – несвоевременность доставки товара к продавцу, 12,5 % – наличие на рынке других аналогичных продуктов, а 27,5 % – не имеют препятствий при приобретении данного продукта.

На вопрос «Будете ли вы и дальше приобретать продукцию Бобруйского хлебозавода?» 87 % опрошенных ответили определенно «да», 10 % – «возможно» и только 2 % – «вряд ли». Результаты этого опроса показывают, что Бобруйскому хлебозаводу следует корректировать свою товарно-сбытовую политику, чтобы сохранить рынки сбыта.

О.В. Мартинович
Филиал БГЭУ (Бобруйск)

ЛЕГКАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: ОЦЕНКА И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Легкая промышленность является одной из важнейших составных частей промышленного комплекса Республики Беларусь. Она объединяет более 10 крупных отраслей и десятки производств, непосредственно участвующих в материальном обеспечении потребностей населения.