

информацию по предприятиям, колхозам, оптовым базам г. Минска, Республики Беларусь, СНГ, стран Европы. В тоже время ряд предприятий информационного бизнеса занимаются разработкой и реализацией связующего программного обеспечения для доступа к базам данных.

К основным причинам низкого уровня информационного обеспечения предприятий торговли в Беларуси следует отнести: низкий уровень подготовки специалистов розничных торговых предприятий в области маркетинга, менеджмента, информатики; недооценка руководителями торговых предприятий важности проведения маркетинговых исследований; низкий уровень рентабельности торговых предприятий, а, следовательно, и низкая оснащенность их вычислительной техникой и другим специальным оборудованием; общее отставание от мирового уровня в развитии технической базы средств вычислительной техники и передачи информации, а также в создании программных продуктов определяет высокий уровень цен на средства коммуникации и программные продукты; отсутствие автоматизированной республиканской системы сбора и распространения коммерческой информации о состоянии рынка товаров, спросе, предложении, товарных запасах, ценах.

Для решения проблем развития информационной инфраструктуры в Республике Беларусь целесообразно создание государственных информационно-консультативных центров на базе органов государственной статистики, областных и городских управлений торговли, делегируя им функции информационного обеспечения, конъюнктурного анализа товарных рынков, прогнозирования спроса и предложения по важнейшим товарным группам; поручение проведения маркетинговых исследований на коммерческой основе научно-исследовательским учреждениям, учебным заведениям, а также независимым экспертным группам, созданным при научно-исследовательских учреждениях; создание республиканской системы сбора, обработки и распространения информации, автоматизированного банка статистических данных; преобразование предприятий информационного бизнеса в центр информационного анализа с предоставлением пользователям услуг по консультированию, маркетингу, менеджменту за счет объединения мелких частных предприятий и привлечения к работе грамотных специалистов, которые смогли бы расширить круг предоставляемых услуг; стимулирование инвестиций в развитие информационного комплекса.

Г.Е. Кобринский

Гомельский государственный университет им. Ф. Скорины

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА УПРАВЛЕНИЯ СЛУЖБОЙ СНАБЖЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Тип организационной структуры оказывает влияние на успешное функционирование отделов, повышает или понижает эффективность

их работы. Так как эффект от работы структуры образуется не как сложение отдельных функций управления, а как новое качество, которое оказывает разное влияние на эффективность работы, поэтому при построении организационной структуры отдела снабжения следует правильно выбирать тип организационной структуры предприятия.

Рассмотрим альтернативные варианты организационных структур, успешно зарекомендовавшие себя в настоящее время. Каждая из них годится только для определенных ситуаций и достижения соответствующих целей. Зная положительные и отрицательные характеристики организационных структур, а также условия их применения, можно из возможных типов организационных структур выбрать ту, которая более всего соответствует условиям данного предприятия, его стратегическим целям и задачам.

Тип организационной структуры влияет также на взаимосвязи между отделами. Последнее обстоятельство оказывает влияние на эффективность работы служб снабжения.

Анализ существующей организационной структуры службы снабжения показывает, что она не соответствует новым требованиям, предъявляемым к ней в условиях рыночных отношений. В частности, нет структур, связанных с изучением рынка материальных ресурсов. На предприятии изучением рынка занимается отдел маркетинга. Он выполняет все функции, отнесенные к этой сфере деятельности по готовой продукции. Однако отдел маркетинга предприятия не изучает источники поступления сырья, материалов, не осуществляет выбор поставщиков и другие функции. Эти функции нельзя передать в отдел маркетинга предприятия, так как именно они связаны с организацией закупок, выполняются непосредственно в службе снабжения, имеют свою специфику и нуждаются в специальных знаниях для их выполнения. Таким образом, важной функцией в снабжении должен стать маркетинг.

Достижению рациональности построения служб снабжения способствует применение в практике их формирования рекомендованных НИИ труда принципов построения организационных структур управления: комплексности, системности, регламентации и инициативы, стабильности и гибкости, экономичности, специализации и универсализации.

Однако данные принципы отражают требования к построению организационных структур управления, но не в полной мере учитывают факторы, влияющие на изменение организационной структуры в службе снабжения.

Исходя из выполняемых функций рассмотрим, какие факторы влияют на совершенствование организационной структуры, в частности на объединение или разукрупнение отдельных отделов (бюро) службы снабжения. Наиболее существенно влияют на объединение или разукрупнение отделов (бюро) службы снабжения следующие факторы: поставщики; численность работников; количество заключенных договоров; функции, выполняемые отделом (бюро); номенклатура материалов.

Предложенные факторы являются методической основой для объединения или разукрупнения отделов (бюро).