

на 96 млн 484,5 тыс. дол. Таким образом, объем экспорта за январь — октябрь 2020 г. составил лишь 35,36 % объема экспорта за аналогичный период 2019 г.

В будущем планируется увеличить наши экспортные возможности ввода второй энергоблок, и тогда суммарная мощность реакторов БелАЭС составит 2400 МВт, которые ежегодно будут вырабатывать от 18 млрд кВт·ч электроэнергии. На данный момент Беларусь, по данным «Белэнерго», ежегодно производит около 36–37 млрд кВт·ч, чем практически полностью обеспечивает внутренний спрос. Увеличение этого показателя на 50 % поднимает вопрос о поиске рынка сбыта для электроэнергии с БелАЭС и удешевит себестоимость энергии. Благодаря работе БелАЭС Беларусь становится крупным энергетическим центром Европы по выработке электроэнергии и надежным поставщиком экологически чистой энергии как на внутренний, так и на внешние электроэнергетические рынки.

СНИЛ «Коммерсант»

А. С. Котченко

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — С. Л. Флерко, канд. экон. наук, доцент

ОПТИМИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ЗАКУПКЕ ТОВАРОВ

Производство в условиях рынка может выжить только в том случае, если оно способно быстро менять ассортимент и количество выпускаемой продукции. Кроме того, кризис заставляет сегодня все организации, даже самые успешные, экономить. С учетом этих двух факторов все большее значение приобретает оптимизация закупочной деятельности. На закупки приходится до 70 % всех расходов предприятия, поэтому оптимизация управления закупками критически важна.

На первом этапе оптимизации закупочного процесса следует разложить весь процесс закупки на этапы, конкретизируя каждый, даже самый незначительный. Наглядная схема позволяет понять слабые места, над которыми нужно работать, так как неэффективность одной сферы может быть вызвана лишь тем, что она тесно связана с другой недостаточно развитой. При рассмотрении закупочного процесса необходимо двигаться от частного к общему, оценивать все причины, которые могли привести к неэффективности закупочного процесса. Оптимизированная схема бизнес-процесса выполнена правильно тогда, когда понятна даже несведущему в данном виде деятельности человеку.

В первую очередь определяем первую и последнюю стадии закупочного процесса. Например, первая — выставление запроса о закупке на электронной торговой площадке «Национального центра маркетинга и конъюнктуры цен» icetrade.by, последняя — заключение контракта. Затем обозначаем основные операции: получение заявок — их рассмотрение — выбор поставщика — проведение переговоров. Необходимо учитывать даже те операции, необходимость в которых возникает не всегда, но может при наличии определенных обстоятельств: работа с возражениями, консультация технического специалиста и т.п. Не менее важно связать оптимизируемый бизнес-процесс закупки с другими видами деятельности организации: там, где заканчивается процесс «закупка», начинается бизнес-процесс «доставка» и т.п. В зависимости от характера выявленных недостатков могут быть предприняты следующие методы оптимизации: отказ от части этапов процесса; уменьшение сложности работ, ускорение их выполнения; повышение скоординированности действий отделов и сотрудников; выделение и добавление необходимых элементов: процессов, инструментов, документов. Контроль выполнения оптимизации необходим для того, чтобы избежать следующих ошибок: привлечение специалистов, которые не обладают достаточными навыками и опытом; ошибочный выбор целей, определение слабых мест; случайное снижение эффективности отделов, которые не нуждались в доработках.

СНИЛ «Коммерсант»

А. С. Котченко, М. А. Фолитарик

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — И. В. Уриш, канд. экон. наук, доцент

ФОРМИРОВАНИЕ И РЕАЛИЗАЦИЯ ЭКСПОРТНОЙ СТРАТЕГИИ «ГЕФЕСТ-ТЕХНИКА»

Экспорт своей продукции — одна из главных задач любого производственного предприятия, так как экспортная деятельность стимулирует рост его конкурентоспособности, обеспечивает приток валютной выручки и является комплексным фактором эффективности деятельности предприятия.

Около 80 % производимой продукции под торговой маркой GEFEST организация экспортирует в зарубежные страны [2]. Основными рынками сбыта являются территории Российской Федерации, Республики Беларусь, Украины, Казахстана, стран Балтии, Узбекистана, Молдовы, Азербайджана и др. Кухонная техника GEFEST занимает 46 % рынка газовых плит в России [1]. Небольшими объемами, но стабильно продукция предприятия поставляется в страны