

роса респондентов. По данному региону ИПН составил 81,6 %; ИТС – 86,7%; ИПО – 87,6.

Использование данной методики позволяет оценить потенциал региона при реализации товаров массового спроса в том случае, когда на объем покупок не оказывают значительного влияния ни имидж предприятия, ни какие-либо другие факторы. Рассчитанные значения индексов лежат в основе обоснования объема поставок товаров в тот или другой регион и корректировки планов сбыта продукции на конкретном рынке.

Достоинством метода является относительная простота в применении, а также использование как официальных статистических данных, так и результатов опроса населения, что позволяет повысить достоверность итоговых оценок.

Список использованных источников

1. Токарев, Б. Е. Маркетинговые исследования : учебник для студентов вузов, обучающихся по спец. «Маркетинг» / Б. Е. Токарев. – Москва : Экономистъ, 2005. – 624 с.

УДК 339.138 (476.5)

ОЦЕНКА ПОЛОЖЕНИЯ ОАО «ВЕСТА» НА ОСНОВЕ SWOT – АНАЛИЗА

Ю. Николаева, О.Н. Жучкевич

Разработка стратегии организации и ее реализация требует тщательного анализа внутреннего потенциала, состояния и тенденций развития факторов внешней среды. Выявление сильных и слабых сторон деятельности субъекта хозяйствования, угроз и возможностей, возникающих во внешней среде, является сутью широко известного метода SWOT-анализа.

Проведенное исследование — один из вариантов комплексной оценки отдельных составляющих SWOT-матрицы на примере ОАО «Веста». При этом для повышения качества исследования наряду с количественной оценкой характеристик внешней и внутренней среды организации целесообразно использовать экспертную оценку.

На первом этапе эксперты - специалисты организации обосновывали совокупность характеристик, определяющих сильные и слабые стороны ОАО «Веста» (таблица 1). Так, наиболее явными преимуществами ОАО «Веста» являются: устойчивое финансовое положение и наличие собственных финансовых ресурсов; высокая прибыльность; стабильное положение на рынке; эффективное использование площадей; высокая компетентность руководящего персонала.

К слабым сторонам деятельности организации относятся: текучесть кадров, недостаточное использование методов стимулирования продаж; неполный ассортимент товаров; нерациональная выкладка отдельных товаров. Экспертные оценки полностью подтверждаются анализом статистической информации организации.

Так, расчет показателей финансового состояния свидетельствует о наличии у организации условий, достаточных для признания структуры бухгалтерского баланса удовлетворительной, причем платежеспособность организации имеет устойчивый характер. Положительной тенденцией является высокая прибыльность, о чем свидетельствует увеличение прибыли за период 2007-2008 г. г. в среднем

на 50%. Значительным преимуществом ОАО «Веста» является стабильное положение на рынке, что характеризуется увеличением доли рынка за период 2005-2007 годы на 7,1%. Уровень издержек снизился с 9,4% в 2007 году до 9,2% в 2008 году.

Высокая компетентность руководящего персонала объясняется не только наличием высшего образования, но и достаточным опытом работы на руководящих должностях (в среднем 10 лет).

Опрос работников магазинов позволил выявить одну из слабых сторон организации – текучесть кадров. Основная причина данного явления – скользящий график работы, а также колебания заработной платы.

На основе опроса посетителей магазинов выявлено недостаточное использование и невысокая эффективность методов стимулирования продаж. В большинстве случаев предлагаемые в ОАО «Веста» скидки остаются незамеченными покупателями, а проведение дегустаций осуществляется лишь в крупнейших магазинах сети. Анкетирование покупателей также показало, что ассортимент товаров недостаточно полный по сравнению с другими торговыми организациями города.

Таблица – 1 Экспертная оценка основных факторов внутренней и внешней среды ОАО «Веста

Сильные стороны	Сумма баллов	Слабые стороны	Сумма баллов
1 Устойчивое финансовое положение	8	1 Недостаточное использование методов стимулирования продаж	7
2 Наличие собственных финансовых ресурсов	9		
3 Высокая прибыльность	9	2 Неполный ассортимент товаров	8
4 Стабильное положение на рынке	7		
5 Эффективное использование площадей	7	3 Высокая текучесть кадров	8
6 Низкие издержки	8	4 Нерациональная выкладка товаров	6
7 Высокая компетентность руководящего персонала	9		
Итого	57	Итого	29

На следующем этапе исследования по разработанной шкале эксперты оценивали сильные и слабые стороны торговой организации, а также возможности и угрозы внешней среды (таблица 1 и 2). Наиболее точное исследование возможностей и угроз при этом предполагает анализ степени влияния того или иного фактора внешней среды на деятельность организации и возможность его реализации.

Одной из возможностей, которой может воспользоваться ОАО «Веста», является благоприятная демографическая ситуация и сохранение структуры денежных расходов населения.

Таблица 2 – Результаты оценок возможностей и угроз внешней среды

Возможности	Степень влияния, балл	Вероятность реализации, балл	Угрозы	Степень влияния, балл	Вероятность реализации, балл
1 Выход на новые географические рынки	5	9	1 Жесткая политика государственного регулирования в области ценообразования	9	9
2 Внедрение методов стимулирования сбыта	6	9	2 Усиление конкуренции на рынке	9	9
3 Благоприятная демографическая ситуация	5	7	3 Предпочтение импортных товаров покупателями	8	9
4 Стабильность в структуре денежных расходов потребителей	6	7	4 Рост требований покупателей к оформлению магазинов	5	5
Итого	22	32	Итого	31	32

Окончательный вывод о занимаемой позиции ОАО «Веста» на рынке осуществляется по результатам SWOT – анализа (таблица 3).

Таблица 3 – Матрица SWOT-анализа

	Возможности (22)	Угрозы (31)
Сильные стороны (57)	поле «СИВ» (1254)	поле «СИУ» (1767)
Слабые стороны (29)	поле «СЛВ» (638)	поле «СЛУ» (899)

Таким образом, в настоящее время ОАО «Веста» находится в поле «СЛВ». Стратегия деятельности организации при этом должна быть направлена на использование сильных сторон для устранения возможных угроз.

УДК 658.8: 005.21 (476)

АНАЛИЗ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «ВИТЕБСКИЕ КОВРЫ» И НАПРАВЛЕНИЯ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

Е.В. Пашковская, Е.Н. Домбровская

Сбытовая деятельность – важнейшая функциональная сфера коммерческой деятельности фирмы, определяющая её успех. Предметом нашего исследования явилась сбытовая деятельность ОАО «Витебские ковры». Анализ сбытовой деятельности проводился на основе изучения динамики таких показателей, как объём реализованной продукции, в том числе на одного сотрудника службы сбыта и на рубль затрат на рекламу, количество заключённых контрактов, доля рынка, деби-