

УДК 336.64

МАРКЕТИНГОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ОАО «МОГОТЕКС»: РЕЗУЛЬТАТИВНЫЙ ПОДХОД

Матиевич В. А., ген. директор

ОАО «Моготекс», г. Могилев, Республика Беларусь

Ключевые слова: маркетинг, маркетинговый потенциал, ресурсный подход, объем реализации. *Маркетинговый потенциал предприятия – совокупность средств и возможностей предприятия в реализации рыночной деятельности. Его сущность заключается в максимальной возможности использования предприятием всех передовых наработок в области маркетинга. В процессе управления предприятием анализ маркетингового потенциала занимает одно из важнейших мест, поскольку позволяет определить потенциальную способность предприятия осуществлять свою деятельность в соответствии со стратегическими задачами.*

Исследуя сущность «маркетингового потенциала» для его определения, оценки и формирования в научной литературе выделяют три подхода: ресурсный, функциональный, результативный.

Ресурсный подход ориентирован на определение маркетингового потенциала как совокупность ресурсов и связей между ними, которые обеспечивают предприятию конкурентную позицию на рынке.

Раскрытие сущности маркетингового потенциала через призму ресурсного подхода значительно ограничивает данное понятие и не позволяет раскрыть все его характеристики.

С позиции результативного подхода маркетинговый потенциал ученые определяют как степень удовлетворения (по сравнению с конкурентами) потребностей клиентов, потребляющих производимую продукцию (предоставленные услуги) с целью получения экономических выгод.

Определение маркетингового потенциала в рамках результативной концепции позволяет характеризовать его как комплексную систему, учитывающую факторы стратегического развития предприятия и влияет на формирование и реализацию управленческих решений.

Для того чтобы эффективно осуществлять маркетинг на предприятии, необходимо организовать его управление.

Управление маркетингом предполагает реализацию всех функций управления, рассматриваемых в теории менеджмента. Однако наиболее часто выделяются следующие основные функции: стратегическое планирование; планирование маркетинга; организация маркетинга; маркетинговый контроль.

Для того чтобы оценить маркетинговый потенциал ОАО «Моготекс», предпринята попытка оценить его составляющие элементы, а именно изучить спрос на продукцию, рынки ее сбыта, их емкость, реальных и потенциальных конкурентов, потенциальных покупателей, возможность организовать производство по конкурентной цене, доступность необходимых материальных ресурсов, наличие кадров необходимой квалификации и т.д. От этого зависят конечные финансовые результаты, воспроизводство капитала, его структура и, как следствие, финансовая устойчивость предприятия.

Другими словами, деятельность любого предприятия начинается с анализа маркетингового потенциала, а точнее, с его основной составляющей части – объема продаж. Поэтому анализ маркетингового потенциала ОАО «Моготекс» необходимо начать с изучения объемов реализации текстильных полотен, готовых швейных изделий и пряжи окрашенной (рис. 1).

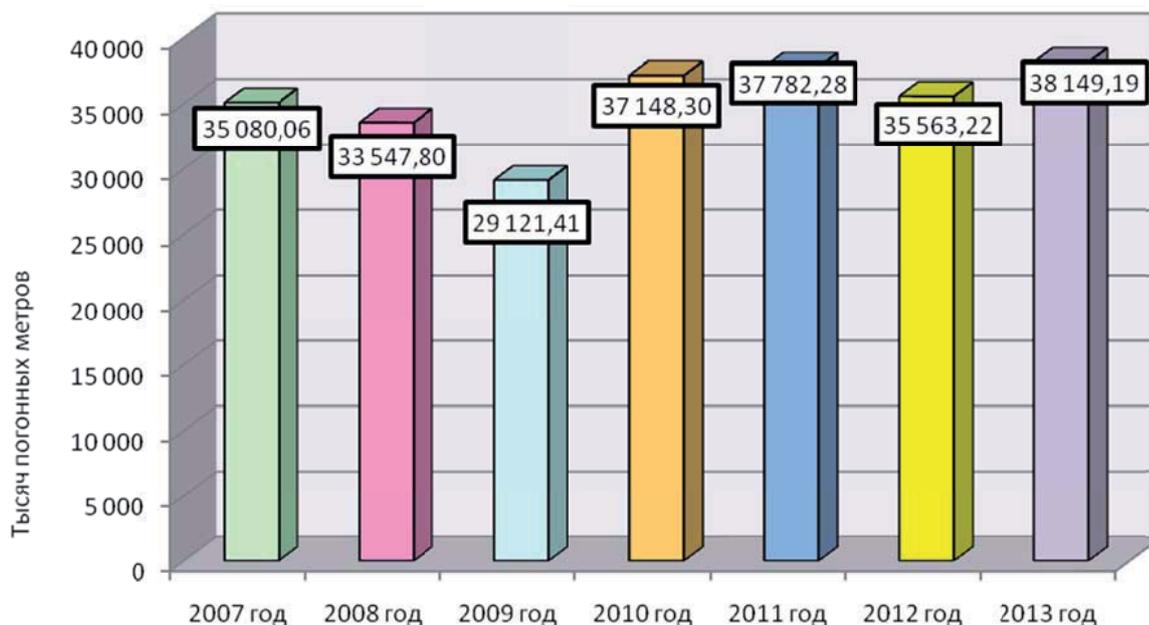


Рисунок 1 – Динамика реализации текстильных полотен ОАО «Моготекс» за 2007-2013 гг.

Как видно из диаграммы, максимальный объем продаж текстильного полотна наблюдается в 2013 г. – 38149,19 тыс.п.м., а минимальный – в 2009 г. – 29121,41 тыс.п.м. Размах составляет 9027,78 тыс.п.м. В период с 2007 г. по 2009 г. сложилась устойчивая тенденция сокращения объема реализации тканей в целом на 5958,65 тыс.п.м. (или на 16,99 %). Так же мы видим снижение объема реализации в 2012 г. по сравнению с 2011 г. на 2219,06 тыс.п.м. (или на 5,87 %). Начиная с 2009 г. по 2011 г. и в 2013 г. по сравнению с 2012 г. наблюдаем положительный рост показателя на 8660,87 тыс.п.м. (или на 29,74 %) и на 2585,98 тыс.п.м. (или на 7,27 %) соответственно.

Динамика объема реализации текстильных полотен ОАО «Моготекс» в стоимостном выражении представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Динамика реализации текстильных полотен ОАО «Моготекс»

Год (t)	Объем отгрузки, млн. руб. (y)	Абсолютный прирост, млн. руб.		Темп роста отгрузки ткани, %		Темп прироста отгрузки ткани, %		Абсолютное значение 1% прироста отгрузки (A), млн. руб.
		Цепной	базисный	цепной	базисный	цепной	Базисный	
2007	126 944,32	-	-	-	-	-	-	-
2008	136 259,66	9 315,34	9 315,34	107,34	107,34	7,34	7,34	1269,44
2009	134 719,25	-1 540,41	7 774,93	98,87	106,12	-1,13	6,12	1362,60
2010	201 084,67	66 365,41	74 140,35	149,26	158,40	49,26	58,40	1347,19
2011	437 503,64	236 418,97	310 559,32	217,57	344,64	117,57	244,64	2010,85
2012	80 520,49	-356 983,15	-46 423,83	18,40	63,43	-81,60	-36,57	4375,04
2013	90 462,17	9 941,68	-36 482,15	112,35	71,26	12,35	-28,74	805,20

Как видно, максимальный объем отгрузки текстильных полотен наблюдался в 2011 году – 437503,64 млн. руб., а минимальный – в 2012 году – 80520,49 млн. руб. Размах составляет 356983,15 млн. руб. В 2008 г. по сравнению с 2007 г., в 2010 г. по сравнению с 2009 г., в 2011 г. по сравнению с 2010 г., а так же в 2013 г. по сравнению с 2012 г. происходит увеличение объема отгрузки тканей соответственно на 7,34 %, 49,26 %, 117,57 % и 12,35 %, что в абсолютном выра-

жении составляет соответственно 9315,34 млн. руб., 66365,41 млн. руб., 236418,97 млн. руб. и 9941,68 млн. руб. В 2009 г. по сравнению с 2008 г. и в 2012 г. по сравнению с 2011 г. наблюдается сокращение общей суммы отгрузки тканей на 1,13 % и 81,60 %, что в абсолютном выражении составляет соответственно 1540,41 млн. руб. и 356983,15 млн. руб. Абсолютное значение 1 % прироста отгрузки показывает, чему равен приблизительно 1 % прироста в соответствующем периоде.

На основе данных были рассчитаны средние величины, которые показали, что:

1. Средний объем отгрузки текстильных полотен составил 172499,17 млн. руб. Данный показатель означает, что в среднем каждый год ОАО «Моготекс» осуществляло отгрузку готовых тканей в размере 172499,17 млн. руб.;
2. Средний абсолютный прирост объема реализации текстильных полотен составил -6080,36 млн. руб. Этот показатель означает, что в среднем каждый год происходит сокращение объемов реализации готовых тканей на 6080,36 млн. руб.;
3. Средний темп роста реализации ОАО «Моготекс» текстильных полотен составил 95,85 %, а средний темп прироста – -4,15 %. Эти показатели указывают на то, что каждый год происходит снижение темпов реализации тканей в среднем на 4,15 %;
4. Среднее абсолютное значение прироста 1 % показывает, что в среднем на 1 % прироста приходится 1861,72 млн. руб.

Таким образом, исходя из анализа полученных данных, можно отметить, что с 2007 г. по 2008 г., с 2009 г. по 2011 г. и с 2012 г. по 2013 г. наблюдается рост общей суммы от реализации текстильных полотен на ОАО «Моготекс», а с 2008 г. по 2009 г. и с 2011 г. по 2012 г. объем реализации снижается.

УДК 332.1

УСТОЙЧИВОЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ МОНОГОРОДОВ В РЕГИОНАХ РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Артамонова М.В., к.э.н., доц.,

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,
г. Москва, Российская Федерация*

Ключевые слова: моногорода, градообразующие предприятия, подготовка кадров и создание новых рабочих мест

В условиях замедления экономического роста российской экономики остро актуальной становится проблема устойчивого социально-экономического развития моногородов и создания новых рабочих мест на градообразующих предприятиях в регионах России. В статье рассмотрены основные направления отраслевых и целевых программ модернизации промышленных моногородов России, выявлены основные особенности осуществления деятельности в моногородах, рассмотрен один из важнейших факторов устойчивого развития регионов России - образовательный и профессиональный уровень трудовых ресурсов, предложены основные мероприятия, повышающие эффективность использования трудовых ресурсов градообразующих предприятий моногородов. Рассмотрена система социального заказа на подготовку профессиональных кадров для моногородов с учетом их специфики, а также предложены меры по повышению эффективности профессиональной социализации молодежи на градообразующих предприятиях моногородов. Выявлены кадровые риски, возникающие в процессе модернизации моногородов, выработаны критерии их стратегического развития.

В условиях замедления экономического роста российской экономики остро актуальной становится проблема устойчивого социально-экономического развития моногородов и создания новых рабочих мест на градообразующих предприятиях в регионах России.

Моногород (монопрофильное поселение) — поселение (город, посёлок), где существует настолько тесная связь между функционированием крупного (градообразующего) предприятия и экономико-социальными аспектами жизни самого поселения, что рыночные перспективы пред-