

2. Герчикова, И. Н. Менеджмент: учеб. для студ. экон. спец. / И. Н. Герчикова. – М.: Банки и биржи: ЮНИТИ, 2007. – 500 с.
3. Петрович, М. В. Вариативное управление. Словарь-справочник руководителя / М. В. Петрович, А. А. Брасс. – Минск: Дикта, 2008. – 352 с.

УДК 331.5.024.5 (476.6)

УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ И ПОИСК ПУТЕЙ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ В КФХ «МЕДОВАЯ СЕМЬЯ» ГРОДНЕНСКОГО РАЙОНА

Чернов А. С.

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

В настоящее время не одно предприятие в системе рыночных отношений не может нормально функционировать без маркетинговой службы на предприятии. И полезность маркетинга с каждым моментом все возрастает. Это происходит потому, что потребности людей, как известно, безграничны, а ресурсы предприятия ограничены. Каждый субъект имеет свои потребности, удовлетворить которые не всегда качественно удается. К каждому необходим свой индивидуальный подход. Поэтому в новых условиях выживает то предприятие, которое может наиболее точно выделять и улавливать разнообразие вкусов. Этому и способствует маркетинг [1].

Система маркетинга ставит производство товаров в функциональную зависимость от запросов и требует производить товары в ассортименте и количестве, нужном потребителю. Именно поэтому маркетинг, как совокупность сложившихся методов изучения рынков, ко всему прочему еще направляет свои усилия на создание эффективных каналов сбыта и проведение комплексных рекламных кампаний [2, 3].

Таким образом, целью данного исследования является анализ системы управления маркетинговой деятельностью и разработка путей ее совершенствования в КФХ «Медовая семья» Гродненского района.

Крестьянское фермерское хозяйство «Медовая семья» – это компания с отличной репутацией, хорошими наработками в отрасли пчеловодства и огромными перспективами. Предприятие занимается производством меда на профессиональной основе уже более 10 лет. Пасека насчитывает более 5 тысяч пчелиных семей. Основные виды выпускаемой продукции предприятия – мед натуральный, пчелопакеты, пыльца, перга, прополис, воск.

Предприятие имеет фирменный знак, а розничная сеть продаж организована через магазины: г. Гродно, ул. Пушкина, 31а, 2 этаж – «Медовая страна»; г. Гродно, Скидельский рынок, ул. Полиграфистов, 6 – «Медовая семья». Помимо реализации через торговые точки, предприятие заключило договора поставок с фирменными торговыми сетями: «ГИППО», «Корона», «Соседи», «Евроопт».

Основным лицом, отвечающим за маркетинговую деятельность в КФХ «Медовая семья», выступает SMM-менеджер. В обязанности входит консультация клиентов по телефону или при выезде на ярмарки и места продаж; поиск покупателей, проведение рекламной компании производимой кооперативом продукции путем размещения рекламы в периодической печати; ведение социальных сетей и фирменного сайта предприятия.

Основными контролирующими лицами выступают бухгалтера предприятия, а также непосредственный руководитель.

Недостатки системы маркетинга КФХ «Медовая семья»: недостаточно используются различные медийные средства рекламы продукции; специалист по продаже не проходит семинары по техникам продаж; нет грамотной системы стимулирования сбытовой деятельности.

Для совершенствования управления маркетинговой деятельностью нами предлагается:

- организовать звуковую рекламу в общественном транспорте;
- организовать рекламу продукции и деятельности КФХ «Медовая семья» по телевидению;
- проводить рекламу продукции в городе на билбордах;
- усовершенствовать упаковку продукции;
- перенести арендуемый офис с ул. Суворова в ТРК «Triniti»;
- поводить обучение сотрудников, а для мотивации работников в данной области – совершенствовать их материальное стимулирование.

С учетом проведения маркетинговых исследований сумма затрат на улучшение маркетинговой деятельностью составит около 2207,77 тыс. руб. С учетом того, что рентабельность продаж составляет по итогам 2020 г. около 34,5 %, прибыль могла бы составить 10,8 тыс. руб., что указывает на быстрый срок окупаемости предложенных мероприятий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дорошев, В. И. Введение в теорию маркетинга: учеб. пособие / В. И. Дорошев. – М.: ИНФРА-М., 2015. – 285 с.
2. Брянская, О. Л. Особенности маркетинга сельскохозяйственной продукции / О. Л. Брянская // Наука без границ. – 2018. – С. 3-6.

3. Руткевич, Е. В. Особенности использования концепции маркетинга в управлении предприятиями Республики Беларусь / Е. В. Руткевич // Молодой ученый. – 2015. – № 2 (82). – С. 309-315.

УДК 331.103.5 (476.6)

ОРГАНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ТРУДА В ОАО «ЩОРСЫ» НОВОГРУДСКОГО РАЙОНА ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ И ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ НА ПЕРСПЕКТИВУ

Чернов А. С., Пирожникова Т. В.

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

В настоящее время особое значение в обеспечении эффективного развития сельскохозяйственных предприятий в рыночных условиях имеет правильная организация труда руководителей, поскольку они во многом определяют стиль работы всего аппарата управления. Деятельность руководителей должна быть организована таким образом, чтобы избавить их от чрезмерной перегрузки и нарушения ритма работы подчиненных, обеспечить эффективное использование интеллектуальных качеств управленческих работников и максимальную результативность их труда [1, 3].

Актуальность темы исследования обусловлена и тем, что в условиях все возрастающих темпов развития научно-технического прогресса возникает дефицит теоретических и методических разработок по совершенствованию организации управленческого труда в сельскохозяйственном производстве [2].

Таким образом, целью данного исследования является анализ организации управленческого труда в ОАО «Щорсы» Новогрудского района Гродненской области и разработка направлений ее совершенствования на перспективу.

Анализ организации управленческого труда был проведен на примере главного агронома и ведущего ветврача ОАО «Щорсы».

Условия труда в кабинетах главного агронома и ведущего ветврача следующие: в кабинетах достаточно свободного места как для свободного доступа к шкафам, столам, так и для осуществления беспрепятственного движения по кабинету. Уровень технического оснащения кабинетов является достаточным для эффективной работы.

Среди выявленных недостатков организации управленческого труда отметим следующее: