

В результате применения метода на основе рейтинга по интегральному индексу уровня цен материальных ресурсов в ОАО «Витебские ковры» были определены виды сырья с наибольшей долей рублевой активности: нить ПА, загуститель танапринт ST160 экстрим, красители Найлозаны. Рекомендуются в первую очередь размещать заказы по поставщикам этих видов сырья.

ОАО «Витебские ковры» проводит оценку основных поставщиков сырья, однако при этом используются разные шкалы измерений, не рассчитывается относительная значимость поставщика для фирмы. Рекомендуются внедрить интегральную оценку поставщиков по ряду показателей: стаж, ритмичность поставок, значимость поставки (объем), уровень качества сырья, количество претензий и др.

УДК 658:677.024.57/.58

*Студ. Быстрова С.Ю.,
ст. преп. Алексеева Е.А.
УО «ВГТУ»*

АНАЛИЗ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ ОАО «ВИТЕБСКИЕ КОВРЫ»

Анализ внешней среды необходим для разработки рыночной стратегии организации, позволяющей укреплять конкурентные преимущества и повышать эффективность деятельности.

Анализ макросреды ОАО «Витебские ковры» проведен по методике PEST, которая позволила оценить состояние макросреды как благоприятное. Наибольшее влияние на ОАО «Витебские ковры» оказывают политическая стабильность в стране, колебания валютных курсов, повышение уровня образования, рост темпов инфляции, появление новых технологий, неблагоприятные демографические изменения, сохранение традиций и базовых ценностей. Результаты анализа свидетельствуют, что фирма может функционировать в изменяющейся среде, своевременно предпринимая необходимые действия по адаптации.

На основе модели пяти сил конкуренции М. Портера были выявлены характерные особенности отрасли: наличие на внутреннем рынке одного конкурента, прямая вертикальная интеграция, растущие требования покупателей и поставщиков, наличие товаров-заменителей, высокие барьеры входа в отрасль.

В результате проведения SWOT-анализа был разработан комплекс мер, рекомендуемых к внедрению в ОАО «Витебские ковры»: активизация маркетинговых коммуникаций, привлечение покупателей; повышение квалификации управленческого персонала; внедрение современных технологий менеджмента и продаж; повышение качества обслуживания потребителей; вовлечение работников в процесс принятия решений; повышение качества стратегического планирования и бюджетирования.