

В субъекте хозяйствования применяется и моральное стимулирование работников, наиболее активными инструментами которого являются похвала (при добросовестном труде и достижении высоких результатов работы) и критика (при допущении сотрудником ошибок). Иными словами, руководство использует классический метод управления «кнута и пряника», что приводит к актуализации (формированию) черт, характерных для тревожно-боязливой типа акцентуации личности в соответствии с методикой Г. Шмишека и К. Леонгранда.

Таким образом, на ГП «Совхоз-комбинат «Заря» стимулирование труда работников и управление поведением сотрудников с помощью заработной платы является эффективной. Однако существуют определенные проблемы с моральным стимулированием, направленным на формирование ценностей и установок, необходимых для достижения результатов, установленным нанимателем.

К. А. Чуйко

Науч. рук. И. В. Глухова,

ст. преподаватель

СБЫТОВАЯ СТРАТЕГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ: МАРКЕТИНГОВЫЙ АСПЕКТ

На ОАО «Гомельское ПО «Кристалл» – управляющая компания холдинга «КРИСТАЛЛ-ХОЛДИНГ» (далее – ОАО «Гомельское ПО «Кристалл») реализуется разработанная сбытовая стратегия с целью наращивания выпуска и реализации конкурентоспособной продукции, обеспеченной платежеспособным спросом. В ее основу положено использование клиентоориентированного маркетинга, предполагающего поиск «удобного» бизнес-партнера (клиента) и применение различных инструментов для его долгосрочного удержания.

В качестве основной сбытовой стратегии организацией выбрана стратегия избирательного сбыта, применимая по отношению к товарам предварительного выбора. При этом первостепенное значение приобретает ориентация маркетинга на рынках алмазного сырья, направленная на изучение предложения алмазов оптимальных качественно-весовых характеристик, обеспечивающих его рентабельную переработку, и соотношения «цена – качество».

Основными задачами сбытовой политики ОАО «Гомельское ПО «Кристалл» в рамках реализации стратегии на целевых рынках являются:

- удержание доли ювелирного рынка и проведение агрессивной маркетинговой политики в отношении конкурентов;
- выпуск и сбыт ювелирной продукции «масс-маркет» современного дизайна высокого качества в различном ценовом диапазоне;
- выпуск и реализация эксклюзивных коллекций с бриллиантами премиум-класса (бриллиантами идеальной формы огранки, полученных по новой технологии производства) в высоком ценовом диапазоне.

Основными стратегическими задачами на 2019 год для ОАО «Гомельское ПО «Кристалл» являются: поиск эффективного для производства бриллиантов алмазного сырья; рост объемов реализации продукции; расширение клиентской базы; наращивание производственного, кадрового и финансового потенциала для оптимизации объемов производства и сбыта продукции в разрезе номенклатурных позиций.

Таким образом, основными целями продвижения товаров ОАО «Гомельское ПО «Кристалл» являются увеличение лояльности целевой аудитории к бренду «Кристалл», повышение уровня осведомленности о бренде, позиционирование в качестве законодателя модных тенденций на ювелирном рынке, влияние на формирование вкусов и предпочтений конечных потребителей.