

Исходя из выше рассчитанных данных, рассчитаем сумму снижения себестоимости (экономии):

$$\text{Сниж. себ.} = 15\,688 - 14\,741,2 = 946,8 \text{ руб.}$$

На основании выше полученных данных можно сделать вывод, что себестоимость продукции в целом по предприятию снизилась на 14 741,2 тыс. руб. благодаря полученной скидке на сырье и материалы в размере 15 % от первоначальной их стоимости. Такой факт безусловно является положительной тенденцией для предприятия.

Таким образом, можно сделать вывод, что снижение себестоимости продукции за счет снижения затрат на приобретение сырья и материалов на 15 % является положительной тенденцией. Это позволяет снизить себестоимость продукции на 6 %, тем самым повысив рентабельность продукции.

А. П. МИТРАХОВИЧ

(г. Гомель, Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого)

Науч. рук. **Е. Н. Карчевская,**

канд. географ. наук, доц.

КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА ВОЗМОЖНОСТЕЙ И УГРОЗ ГУ «РЕЧИЦКАЯ СДЮШОР № 1» С УЧЁТОМ СИЛЬНЫХ И СЛАБЫХ СТОРОН

SWOT-анализ – метод стратегического планирования, необходимый для оценки внутренних и внешних факторов, которые влияют на развитие организации. Это важный элемент исследований, который необходим при составлении стратегических и маркетинговых планов. Результаты, полученные после проведения SWOT-анализа, выступают основными элементами при определении целей и задач компании.

По результатам ситуационного анализа можно оценить, обладает ли компания внутренними силами и ресурсами, чтобы реализовать имеющиеся возможности и противостоять угрозам [1].

Цель анализа – оценка сильных и слабых сторон ГУ «Речицкая СДЮШОР №1», а также выявление возможностей и угроз для развития данного учреждения. ГУ «Речицкая СДЮШОР № 1» – одна из основных организаций, предоставляющих спортивные услуги в городе Речица, в которой культивируются два отделения – баскетбол и велоспорт. Основная цель работы организации – подготовка спортсменов высокого класса [2].

Для проведения SWOT-анализа необходимы данные о сильных и слабых сторонах, а также о возможностях и угрозах организации. Сильные и слабые стороны «Речицкой СДЮШОР №1» представим в таблице 1.

Таблица 1 – Сильные-слабые стороны организации

Сильные стороны	Слабые стороны
Высококвалифицированный тренерский состав	Маркетинговая деятельность плохо развита
Удобное местоположение	Низкие стимулы для молодых специалистов
Большой перечень оказываемых услуг	Недостаточное финансирование спортивной организации
Наиболее низкие цены на спортивные услуги в сравнении с другими спортивными организациями города	Низкая мотивация населения к занятию спортом

В таблице 1 представлены выявленные сильные и слабые стороны ГУ «Речицкая СДЮШОР №1». На их основе определим возможности и угрозы для ГУ «Речицкая СДЮШОР № 1» (таблица 2).

Таблица 2 – Возможности и угрозы для организации

Возможности	Угрозы
Внедрение инновационных технологий	Рост числа конкурентов
Возможность расширять спектр предоставляемых услуг	Снижение финансирования со стороны государства
Привлечение постоянных клиентов	Сокращение рождаемости
Популяризация спорта	Старение тренерского состава

Для полноценного проведения SWOT-анализа необходимо произвести комплексную оценку возможностей и угроз с учетом сильных и слабых сторон, а также сформировать несколько стратегий развития. Для этого необходимы данные из таблиц 1, 2. Результаты комплексной оценки для организации ГУ «Речицкая СДЮШОР №1» отразим в таблице 3.

В ходе проведения SWOT-анализа были выделены сильные и слабые стороны ГУ «Речицкой СДЮШОР №1», а затем определены перспективы и угрозы развития организации. После чего были составлены четыре стратегии развития, описанные в таблице 3, такие как: максимизация сильных сторон с помощью возможностей; минимизация слабых сторон, используя возможности организации; минимизация угроз, с помощью сильных сторон; минимизация слабых сторон, избегая угроз.

Таблица 3 – Комплексная оценка возможностей и угроз с учетом сильных и слабых сторон

Возможности/угрозы	Сильные стороны	Слабые стороны
<i>Возможности</i>	Высококвалифицированный тренерский состав	Маркетинговая деятельность плохо развита
Внедрение инновационных технологий	Удобное местоположение	Низкие стимулы для молодых специалистов
Возможность расширять спектр предоставляемых услуг	Большой перечень оказываемых услуг	Недостаточное финансирование спортивной организации
Привлечение постоянных клиентов	Наиболее низкие цены на спортивные услуги в сравнении с другими спортивными организациями города	Низкая мотивация населения к занятию спортом
Популяризация спорта	Стратегия развития №1 – привлечение новых клиентов; – применение инновационных технологий; – агитировать людей к занятию спортом	Стратегия развития №2 – привлечение маркетолога к работе в организации; – создание лучших условий для работы в организации; – проведение массовых спортивных мероприятий в городе
<i>Угрозы</i>	Стратегия развития №3 – завоевание большей доли рынка за счет применения инновационных технологий; – применение гибкой системы скидок для многодетных семей; – привлечение выпускников школы к работе в ней	Стратегия развития №4 – внедрение маркетинговой деятельности; – привлечение инвесторов; – проведение бесплатных спортивных мероприятий для популяризации спорта
Рост числа конкурентов		
Снижение финансирования со стороны государства		
Сокращение рождаемости		
Старение тренерского состава		

Список использованной литературы

- 1 Проведение SWOT-анализа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studwood.net/1409092/finansy/provedenie_swot_analiza. – Дата доступа: 09.02.2023.
- 2 Официальный сайт ГУ «Речицкая СДЮШОР №1» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sdushor1rechitsa.schools.by>. – Дата доступа: 09.02.2023.

Т. А. НАЗАРОВА

(г. Гомель, Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации)
Науч. рук. **Л. К. Климович**,
канд. экон. наук, доц.

ОЦЕНКА ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ ИННОВАЦИОННОЙ СРЕДЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ ВИТЕБСКОЙ ОБЛАСТИ

Современные организации национальной экономики и потребительской кооперации вынуждены адаптироваться к условиям рыночных отношений и конкуренции. Поэтому факторы, определяющие успех на рынке, одновременно являются и факторами выживания организации. Каждый из них связан с деятельностью сотрудников организации. Критическими факторами успеха в организациях потребительской кооперации, без которых он практически невозможен, являются развитие персонала, инновации; сильные и надежные партнеры (поставщики, альянсы и т.д.); ориентация на потребителя; себестоимость продукции и услуг; быстрота поставок; логистика и ее состояние; уровень квалификации персонала и др.

В условиях трансформации отношений конкурентоспособность и процветание организации зависят не столько от ресурсов, сколько от эффективности их организации и управления, внедрения новых технологий и наличия развитых коммуникаций, от эффективности организационной структуры управления, в рамках которой протекает управленческий процесс. Мир вступил в стадию кардинальных экономических, общественных, военно-политических и иных изменений, характеризующихся высокой интенсивностью и динамичностью. Такой вид имеет современная мировая среда, ее можно охарактеризовать как инновационную и непредсказуемую. Такая среда влияет на все сферы деятельности, в связи с чем встает вопрос об эффективном функционировании экономики, как в целом, так и каждого субъекта хозяйствования [1].

Внешняя среда организации включает такие элементы, как потребители, конкуренты, правительственные учреждения, поставщики, финансовые организации и источники трудовых ресурсов, релевантные по отношению к операциям организации. Общая среда включает склонность к определенному поведению широкой общественности, международную обстановку, состояние технологического развития, экономику, систему занятости, политическую систему, демографические характеристики людей и организаций, социальную структуру общества, законы и т.п.

Внеэкономическая активность бизнес-организаций ведет к тому, что бизнес перестает быть чисто рациональной деятельностью, направленной на получение прибыли, все большее значение для организаций приобретает выбор целей социальных, учитывающих социальные, политические, религиозные, этнические, экологические и другие запросы общества.

Торговля представляет собой одну из важных сфер жизнеобеспечения населения. При ее участии осуществляется рыночное согласование товарного предложения и покупательского спроса. Торговля – это источник поступления текущих денежных средств, а также обеспечение финансовой стабильности государства. Следует отметить, что именно в торговой сфере началось возрождение предпринимательства, формирование свободной хозяйственной инициативы, разгосударствление и приватизация, внедрение новых технологий и развитие конкуренции. Торговля имеет важное значение для развития нашей страны, поэтому государство, несмотря на взятый ориентир становления рыночной экономики, активно регулирует данную сферу. Такой процесс не мог не отразиться на деятельности одной из крупнейших торговых организаций республики – Белорусского республиканского союза потребительских обществ. Потребительская кооперация представляет значительную