

ответствующие математические модели, начинается процедура цепных подстановок. Данная процедура заключается в том, что исследователь постепенно подставляет в исходную модель по одному измененному фактору на каждом шаге, тем самым рассчитывая величину результирующего показателя с учетом абсолютного отклонения каждого фактора отдельно. Затем пошагово рассчитывается абсолютное отклонение результирующего показателя, на каждом шаге расчета отражая, на сколько он изменился за счет выбранного исследователем фактора. Таким образом, на основе величин полученных абсолютных отклонений определяется, какой из факторов в модели в наибольшей степени оказал влияние на результирующий показатель. Аналогично процедура расчета повторяется на всех уровнях (до уровня n). Применяя данную процедуру, маркетолог может увязать потенциальную прибыль с любым маркетинговым мероприятием (например, рекламной кампанией, выставочной деятельностью, результатом маркетингового исследования и пр.) и на основе расчетов доказать возможную эффективность предлагаемых мероприятий. Это в свою очередь является экономическим обоснованием, подведенным под конкретные предложения, т.е. решающим аргументом в принятии или отклонении маркетинговых предложений.

Таким образом, метод цепных подстановок и метод абсолютных разниц могут служить в маркетинге как методы, позволяющие убеждать в правильности выбранных маркетингом направлений развития и предложений по совершенствованию деятельности организаций.

***М.Ж. Банзекуливахо, канд. техн. наук, доцент
ПГУ (Новополоцк)***

ПРОБЛЕМЫ ЛОГИСТИКИ И УПРАВЛЕНИЯ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК НА ПРЕДПРИЯТИИ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Логистика (Logistics) и управление цепями поставок (Supply Chain Management — SCM) являются двумя контурами в системе логистического управления предприятием. Европейская логистическая ассоциация (European Logistics Association — ELA) трактует логистику как планирование, выполнение и контроль движения и размещения людей и(или) товаров, а также поддерживающие действия, связанные с таким движением и размещением, в пределах экономической системы, созданной для достижения своих специфических целей, а управление цепями поставок — как организация, планирование, контроль и регулирование товарного потока начиная с получения заказа и закупки сырья и материалов для обеспечения производства товаров и далее — через производство и распределение — доведение его с оптимальными затратами ресурсов до конечного потребителя в соответствии с требованиями рынка [1].

SCM отличается от внутрикорпоративной логистики тем, что охватывает внешние связи предприятий, представленных в этой цепи. Последние в любой момент времени могут знать, где находится их продукция. Поэтому достижение экономического эффекта при внедрении SCM возможно не на одном предприятии, а в идеале — на всех предприятиях-участниках на протяжении всей цепи [2].

В своей деятельности, многие предприятия сталкиваются с проблемами, способствующими отрицательному влиянию на достижение поставленных стратегических целей логистики и управления цепями поставок. К ним следует отнести излишние запасы материально-технических ресурсов (МТР) и длительные сроки их хранения, неоптимальные партии и цены закупаемых МТР, срывы сроков поставки МТР и готовой продукции, высокие логистические издержки, низкое качество закупаемых МТР и логистического сервиса. Для их решения предприятиям — участникам цепей поставок необходимо строго соблюдать определенные принципы, которым подчиняется определение основных направлений управления обеспечением МТР. К таким принципам относятся плановность, ритмичность, оперативность, экономичность, централизация и технологичность.

Принцип плановности обеспечивает поступление МТР в строгом соответствии с ранее разработанным планом-графиком. В соответствии с принципом ритмичности МТР поступают через относительно одинаковые промежутки времени. Принцип оперативности позволяет осуществлять процесс обеспечения необходимыми МТР в зависимости от изменения спроса на них. В соответствии с принципом экономичности затраты рабочего времени, материальных и денежных ресурсов на доставку МТР сводятся к минимуму. Принцип централизации предусматривает обеспечение МТР силами и средствами поставщиков. С помощью принципа технологичности эффективность управления цепями поставок обеспечивается путем внедрения современных информационных технологий на все предприятия — участники цепей поставок.

Таким образом, верное использование вышеперечисленных принципов будет способствовать решению проблем логистики и управления цепями поставок на предприятии, обеспечивая при этом эффективность его функционирования.

Литература

1. ELA Certification for Logistics Professionals. Standards 040805. — Brussels: European Certification Body for Logistics, 2004.

2. Волошенко, В.А. Логистика и управление цепями поставок. Теория и практика. Управление цепями поставок: учеб. / В.А. Волошенко, Б.А. Аникин, Т.А. Родкина; под ред. Б.А. Аникина и Т.А. Родкиной. — М.: Проспект, 2013.

86