

мики республики. Гарантии, которые обеспечивает страхование, повысят стабильность и сбалансированность экономики Республики Беларусь, позволят ускорить выход страны на международный рынок в качестве надежного партнера.

Л.Н. Марченко, канд. техн. наук

ГГУ им. Ф. Скорины (Гомель);

Л.П. Авдашкова, канд. физ.-мат. наук

БТЭУ (Гомель)

МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И ЕЕ КОЛИЧЕСТВЕННАЯ ОЦЕНКА

Успех работы любого предприятия в современных условиях зависит от хорошего знания рынка и правильно выбранной маркетинговой политики. Оценка эффективности работы маркетинга определяется соотношением качества выпускаемой продукции и затрат на производство, рекламу, сбыт. При этом она должна осуществляться системно и комплексно, однако не должна производиться только на качественном уровне. Количественную оценку результатов маркетинговой деятельности позволяют получить построенные математические модели, разработанные методы и методики оценок расчетов показателей эффективности.

Сбыт продукции является важной составляющей маркетинговой деятельности. От структуры продаваемой продукции зависит сумма прибыли, которую получит или не получит предприятие в результате реализации производственной программы. Поэтому для успешной сбытовой политики необходимым условием является обоснование оптимальной структуры ассортимента продукции с учетом затрат на объемы реализации и маркетинговые мероприятия. Оценка выполнения плана по структуре ассортимента проводится по индивидуальному и интегральному коэффициентам структурных отклонений, которые показывают, насколько выполнен план по структуре сбыта. Они могут быть рассчитаны по всем видам продукции как в плановом, так и в отчетном периодах. Полученные коэффициенты используются при определении структуры производственной программы в фактических ценах и позволяют увидеть структуру производственной программы, дать анализ динамики производства и реализации продукции.

К факторам, влияющим на прибыль от объема производства и реализации продукции, относятся объем произведенной или реа-

лизованной продукции, цена единицы реализованной продукции, переменные и постоянные затраты, связанные с производством, управлением и реализацией продукции. Обоснование снятия продукции с производства, обновление ассортимента продукции, установление цены на новое изделие при планируемом объеме реализации и уровне постоянных и переменных издержек проводится с помощью маржинального анализа.

Распределение ассортимента продукции по функциональному назначению позволяет рассчитать валовую и совокупную маржинальные прибыли, а также чистую прибыль для разработки оптимальной производственной программы. Валовая маржинальная прибыль дает возможность оценить объем сбыта продукции, при котором отсутствуют как прибыль, так и убытки. При этом можно рассчитать объем продукции, который следует произвести и реализовать для получения желаемой прибыли, а также критический объем продаж (когда выручка от реализации продукции покрывает совокупные затраты, но не позволяет предприятию получить прибыль).

В.Н. Матоха, соискатель

БГЭУ (Минск)

ОБЪЕКТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД К МОДЕЛИРОВАНИЮ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОЦЕССОВ ЕЕ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

Исследование процессов функционирования современной организации в жесткой конкурентной борьбе и постоянно меняющихся условиях внешней и внутренней среды приобретает особую актуальность, особенно с точки зрения взаимосвязи динамического, статического и структурного аспектов. Цель настоящей статьи: выявление структурообразующих элементов процессов функционирования организации; рассмотрение организации и процессов ее функционирования (бизнес-процессов) во взаимосвязанном статическом и динамическом представлении.

В работе были использованы методы объектно-ориентированного анализа и моделирования на основе методологии UML, в качестве средств инструментальной поддержки — CASE-средство Rational Rose интегрированного пакета Rational Enterprise Suite 2003a компании Rational Software Corporation (США).

Классической моделью организации является представление в виде трехуровневой многогранной пирамиды, каждый уровень кото-