

По итогам опроса всех респондентов были выявлены журналы-лидеры: «Незнайка», «Минералы и сокровища Земли», «Кважды-Ква».

Таким образом, были выявлены важнейшие характеристики, влияющие на выбор потребителями детского журнала. В итоге было определено, каким должен быть журнал, чтобы его хотели покупать и дети, и взрослые:

- содержание журнала является наиболее значимым аспектом при выборе;
- дети хотят видеть в журнале, в первую очередь, кроссворды, головоломки;
- важная роль должна отводиться познавательному материалу;
- в продвижении журнала необходимо использовать рекламу в местах продаж.

Подводя итоги, отметим, что подобного исследования по анализу детских журналов ранее не было проведено, и эти данные могут быть полезными для создателей детских периодических изданий.

#### *Литература*

1. *Коломинский, Я.Л.* Человек: психология: кн. для учащихся / Я.Л. Коломинский. — 3-е изд., перераб. и доп. . — Минск: Универсітэцкае, 1998. — 287 с.

2. *Малхотра, Нэреш К.* Маркетинговые исследования. Практическое руководство: пер. с англ. / Нэреш К. Малхотра. — 3-е изд. — М.: Вильямс, 2002. — 960 с.

**С.В. Супроненко**  
*БГЭУ (Минск)*

## **ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ОБЪЕМОВ СБЫТА ТРАКТОРОВ РУП «МТЗ»**

Проблема определения объема продукции, который необходимо произвести в плановом периоде, является одной из наиболее важных проблем, с которыми сталкивается РУП «МТЗ» в процессе своей деятельности в настоящее время.

Целью исследования является осуществление прогноза сбыта тракторов РУП «МТЗ» на 2011 г., используя множество экономико-математических методов, поскольку ни один метод, взятый в отдельности, не сможет дать точный результат с наибольшей вероятностью.

В результате проведения прогноза по методу «точка безубыточности» прогноз сбыта с учетом планового уровня рентабельности 15 % составил 48 302 трактора. По методу экстраполяции итоговый результат

составил 48 822 трактора. При этом были рассчитаны показатели, позволяющие оценить построенную модель.

Применив метод теории игр, автор выявил двух игроков: РУП «МТЗ» и спрос на тракторы. Каждый имеет шесть стратегий поведения в 2011 г. Для выбора наилучшей стратегии использовались критерии Вальда, Сэвиджа и Гурвица, поскольку предприятие функционирует в условиях неопределенности. Результатом прогноза явилась стратегия, которая удовлетворяет двум из трех критериев. Согласно ей сбыт РУП «МТЗ» в 2011 г. составит 44 000 тракторов.

При составлении итогового прогноза использовался метод стандартного распределения вероятностей. Результат составил 47 573 трактора.

Разброс значений показателей прогноза сбыта по различным методам не превышал 10 %. Это свидетельствует об отсутствии значительных ошибок в процессе прогнозирования.

Следует заметить, что нами применялся СVP-анализ — один из наиболее эффективных средств планирования и прогнозирования деятельности предприятия. Использование анализа соотношения «затраты — объем — прибыль» позволит руководителям РУП «МТЗ» решить множество проблем. Возможны следующие направления использования данного анализа: для определения размер прибыли при различных объемах выпуска; для определения влияния структурных изменений в ассортименте на финансовые результаты предприятия; для выявления количества товара, которое необходимо продать, чтобы обеспечить получение запланированного размера прибыли; для определения цены, по которой необходимо продавать товар, при запланированном объеме выпуска.

Согласно прогнозу, в 2011 г. значение маржинального запаса прочности увеличится по сравнению с 2010 г. на 6,49 %. Если учитывать тот факт, что точка безубыточности в 2011 г. снизится с 30 187 до 29 307 тракторов, то увеличение маржинального запаса свидетельствует об упрочнении положения РУП «МТЗ». Предприятие станет более защищенным от всевозможных неприятностей: падения спроса, наращивания цен поставщиками и др.

Также был рассчитан производственный левередж, который помогает выбрать оптимальную стратегию предприятия в управлении затратами и прибылью. Полученное его значение 2,6 ед. означает, что при снижении выручки на 1 % прибыль сократится на 2,6 %. В эпоху неустойчивой рыночной конъюнктуры целесообразен более низкий производственный рычаг. По нашему мнению, возможны следующие способы его снижения: сокращение накладных расходов; снижение потока амортизационных отчислений; использование краткосрочных форм лизинга машин и оборудования вместо их приобретения в собственность; сокращение коммунальных услуг; временный отказ от ре-

альных инвестиций, реконструкции и модернизации основных производственных фондов; аутсорсинг некоторых технологических операций.

Сотрудникам РУП «МТЗ» необходимо не просто уметь составить реальный прогноз, соответствующий окружающей действительности, но и уметь правильно его применить на практике. Необходимо сделать так, чтобы полученная в процессе прогнозирования информация была полезна предприятию и смогла помочь руководителю принять правильное решение в любых условиях.

*А.С. Тимошеня  
БГЭУ (Минск)*

### **ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ МОЛОДЕЖНЫХ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ (НА ПРИМЕРЕ МОО «АВАНГАРД»)**

В Республике Беларусь осуществляют деятельность 13 международных молодежных общественных объединений и 1 международный молодежный союз общественных объединений; 62 республиканских молодежных общественных объединения и два молодежных союза общественных объединений. Молодежные организации составляют около 10 %.

Классифицировать молодежные общественные объединения можно на пользующиеся государственной поддержкой и созданные инициативными группами молодежи.

Среди пользующихся государственной поддержкой, наиболее известным является Белорусский республиканский союз молодежи. Целью ОО «БРСМ» является создание условий для всестороннего развития молодежи, раскрытия его творческого потенциала, содействия развитию в Республике Беларусь гражданского общества, основанного на патриотических и духовно-нравственных ценностях.

Однако отметим, что получить государственную поддержку не просто, в связи с этим активная молодежь вынуждена организовывать свою деятельность самостоятельно. Одним из наиболее активных в данной группе является МОО «Авангард», направления деятельности которого: образование, трудоустройство, досуг.

Стоит отметить значимость социальной сети «ВКонтакте» при создании самого объединения: идея создания «Авангард» появилась именно там; Интернет играет важную роль во взаимоотношениях между людьми. Как и любое, имеющее очень небольшое количество финансовых средств, «Авангард» заинтересован в использовании пиара,