

Литература

1. Экологистика: экономика + экология / О. Вержбицкий [и др.] // Дистрибуция и логистика. — 2012. — № 10. — С. 8–11.
2. *Афанасенко И. Д.* Логистика снабжения : учеб. для вузов / И. Д. Афанасенко, В. В. Борисова. — СПб. : Питер, 2010. — 336 с.

А.С. Воробьева

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук О.И. Карпеко

ОПТИМАЛЬНЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ РЕШЕНИЯ В ПРОИЗВОДСТВЕ МАСЛОЖИРОВОЙ ПРОДУКЦИИ

В условиях нестабильной экономики нахождение и реализация оптимальных маркетинговых решений относительно производственной программы для предприятия существенно осложняются, поскольку разработчикам необходимо учитывать множество критериев и условий, диктуемых рынком и производством. Реальными посылками для планирования производственной программы на ближайший плановый период являются производственная мощность предприятия и портфель заказов на выпускаемую им продукцию [1, с. 138].

Нами предпринята попытка применить методы линейного программирования для разработки оптимальной производственной программы ОАО «Минский маргаринный завод» — предприятия масложировой отрасли с более чем полувековой историей и сложившимися традициями качества.

Анализ показателей рентабельности затрат и продаж за 2013–2014 гг. показал, что они хоть и имеют положительные значения, но существенно снижаются в последние годы. Проведенное исследование показало, что поиск оптимальных решений и принятие соответствующих мер по осуществлению этих решений может дать положительный результат.

На первом этапе была смоделирована ситуация, при которой в качестве лимитирующих факторов выступали только внутренние ограничители деятельности предприятия: сырьевые ресурсы, теплоэнергия, вода, электроэнергия и оплата труда производственных рабочих. Полученная производственная программа при заданных условиях включает в себя только 3 ассортиментные позиции: соус «1000 островов», маргарин «Молочный» и масло подсолнечное. Однако принятие такой производственной программы связано с риском потери покупателей тех товаров, которые не вошли в план, оптимальный с точки зрения внутренних возможностей организации. Безусловно, что предприятие заинтересовано в сохранении всего контингента своих традиционных и новых покупателей. Поэтому была проведена работа по

уточнению производственного ассортимента с учетом существующих объемов продаж продукции и оценки существующих договорных отношений с покупателями и потребителями, а также перспективности их развития.

В итоге, при добавлении в задачу верхних и нижних границ рыночного спроса структура производственной программы существенно изменилась. Снизилась возможная выручка от реализации продукции. Но в предлагаемом решении относительно производственной программы сохраняются все освоенные на предприятии ассортиментные позиции, т.е. предлагается продолжать производство по всем 11 ассортиментным группам масложировой продукции. Для краткосрочного периода это является, на наш взгляд, наиболее оправданным решением, так как позволяет максимально учесть интересы покупателей, в то же время определить план мероприятий по повышению рентабельности производственного ассортимента.

Внедрение результатов решения оптимизационной задачи в практику работы предприятия позволит увеличить выручку от реализации продукции на 3335 млн руб. относительно фактического значения в 2014 г. При этом рентабельность продаж повысится примерно на 12 процентных пунктов.

Таким образом, проведенное исследование подтверждает необходимость использования в практике работы промышленных предприятий современного инструментария оптимизации маркетинговых решений.

Литература

1. Карпеко, О. И. Промышленный маркетинг : учеб. пособие / О. И. Карпеко. — Минск : БГЭУ, 2010. — 415 с.

Е.В. Довнар
В.В. Довнар
БГТУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук С.В. Шишло

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ ЛОГИСТИКИ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ АКВАПАРКА «ЛЕБЯЖИЙ»

Развлекательный комплекс «Аквапарк «Лебяжий» расположен по адресу: г. Минск, пр. Победителей, 120 — рядом с Минской кольцевой автомобильной дорогой. Основной предмет деятельности предприятия — организация отдыха и развлечений, культуры и спорта [1].

Данные, полученные из внешних информационных источников, дают основание предположить, что одним из главных направлений