

Список источников

1. О занятости населения Республики Беларусь: Закон Респ. Беларусь, 15 июня 2006 г., № 125-З; в ред. Закона Респ. Беларусь от 30 мая 2013 г. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2006. – № 94. – 2/1222.
2. Медведев, О. М. Правовые проблемы обеспечения занятости населения: автореф. дис. докт. юрид. наук: 12.00.05 / О. М. Медведев; МГУ. – М., 1994.
3. Лушников, А. М. Нетипичные трудовые договоры в начале XXI века / А. М. Лушников // Правовые средства обеспечения развития экономики Республики Беларусь: материалы Междунар. науч. конф., Минск, 9–10 нояб. 2007 г. / Белорус. гос. ун-т; редкол.: И. Н. Колядко [и др.]. – Минск, 2008. – С. 427.
4. Петрошевич, Е. Работники непосредственного спроса / Е. Петрошевич // Экономич. газета [Электронный ресурс]. – 2012. – № 77(1596). – Режим доступа: http://www.neg.by/publication/2012_10_12_16519.html. – Дата доступа: 05.10.2013.
5. О развитии предпринимательской инициативы и стимулировании деловой активности в Республике Беларусь: Директива Президента Респ. Беларусь, 31 дек. 2010 г., № 4 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2011. – № 3. – 1/12259.
6. Киселев, И. Я. Трудовое право России и зарубежных стран. Международные нормы труда: учеб. пособие / И. Я. Киселев. – М., 2006. – С. 608.
7. Подшибякина, Н. Д. Проблемы трудовых отношений: атипичные формы занятости / Н. Д. Подшибякина // Труд и социальные отношения. – 2009. – № 1. – С. 23–28.
8. Чичина, Е. В. Гибкие формы занятости: сферы интересов нанимателя и работника / Е. В. Чичина // Промышленно-торговое право: научно-практический журн. – 2011. – № 9. – С. 15–18.
9. Рекомендации по применению гибких форм занятости // Министерство труда и социальной защиты Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: http://www.mintrud.gov.by/ru/new_url_1761016043. – Дата доступа: 05.10.2013.

H. B. Казаченко

Научный руководитель – кандидат экономических наук Г. А. Щербич
**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ АССОРТИМЕНТОМ
ПРОДУКЦИИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

В данной статье дана оценка функциям управления ассортиментом на промышленном предприятии, разработаны конкретные предложения по совершенствованию системы управления ассортиментом.

Управление ассортиментом на предприятии – это основной и один из самых сложных процессов, протекающих в деятельности предприятия. В нем очень тесно взаимосвязаны такие этапы производственной деятельности, как определение потребности в товарах, выбор и установление хозяйственных связей между партнерами, организация закупок материалов и комплектующих, организация продажи товаров, оказание услуг и управ-

ление товарными запасами. Поэтому процесс управления ассортиментом является центральным звеном в сложной и многоуровневой цепочке хозяйственной деятельности предприятия. От его результатов зависит, какой товар и в каком объеме будет предложен потребителю.

Товарный ассортимент характеризуется такими показателями, как широта, глубина, насыщенность и гармоничность. Расчет данных показателей позволяет принимать решения о снятии с производства устаревших товаров, модифицировать изготавливаемые товары, разрабатывать новые виды продукции.

Широта товарной номенклатуры исследуемого предприятия производственного назначения ЗЖБИ УП «Минскметрострой» определяется количеством ассортиментных групп и равна 5, что характеризует его узкую специализацию. Такая стратегия предприятия позволяет более полно удовлетворять потребности определенного круга потребителей (в нашем случае метрополитена, строительных организаций и определенного круга физических лиц).

Каждая ассортиментная группа включает ассортиментные подгруппы.

Так, ассортиментная группа «сборный железобетон» включает 25 ассортиментных подгрупп и 372 ассортиментных позиций. Ассортиментная группа «Сварные металлоконструкции и отдельные стержни» включает 7 ассортиментных подгрупп и 363 ассортиментных позиций, а группа «товарный бетон» и «товарный раствор» включает по одной ассортиментной подгруппе и соответственно 152 и 16 ассортиментных позиций. «Неармированные изделия» включает 6 подгрупп и 38 ассортиментных позиций.

Исходя из приведенных выше данных, длина номенклатуры будет равна:

$$Д = 25 + 7 + 1 + 1 + 6 = 40.$$

Средняя длина ($D_{ср}$) ассортиментной группы определяется как среднее арифметическое длин всех ассортиментных групп и равна:

$$D_{ср} = (25 + 7 + 1 + 1 + 6) / 5 = 8.$$

Показатель насыщенности определяется общим количеством всех ассортиментных позиций (H):

$$H = 372 + 363 + 152 + 16 + 39 = 942.$$

Рассчитаем среднюю глубину ($\Gamma_{ср}$) каждой ассортиментной подгруппы:

$$\Gamma_{ср} = 942 / 40 = 24.$$

Коэффициент обновления рассчитывается путем соотнесения количества новых ассортиментных позиций всех ассортиментных групп и подгрупп к насыщенности товарной номенклатуры и определяется по следующей формуле:

$$K_r = \frac{Q_r}{H} \cdot 100\% , \quad (1)$$

где K_r – коэффициент гармоничности; Q_r – количество гармоничных ассортиментных позиций; H – насыщенность номенклатуры [1, с. 86].

Подставляя числовые данные в формулу (1), получаем:

$$K_r = \frac{900}{942} \cdot 100\% = 95,5 \% .$$

Как было отмечено, исследуемое предприятие имеет узкую специализацию, соответственно, коэффициент гармоничности будет достаточно высокий.

Одним из важных направлений ассортиментной политики предприятия является его инновационная активность. Показателем ее определения служит коэффициент обновления, который рассчитывается по формуле:

$$K_o = \frac{Q_n}{H} \cdot 100\% , \quad (2)$$

где K_o – коэффициент обновления; Q_n – количество новых ассортиментных позиций; H – насыщенность номенклатуры [4, с.86].

Используя фактические данные предприятия, получаем:

$$K_o = \frac{30}{942} \cdot 100\% = 3,1\% .$$

Это низкое значение показателя обновления. Такая ситуация объясняется тем, что УП «Минскметрострой» является основным заказчиком и, как правило, для строительства метро необходимы определенные виды изделий, которые под заказ изготавливает завод ЖБИ. На первый взгляд может показаться, что заводу ЖБИ нет смысла изменять свою товарную номенклатуру, начинать производство каких-либо новых изделий.

В последнее время, в условиях рыночной экономики, растет спрос на продукцию, изготавливаемую данным предприятием со стороны физических лиц и сторонних организаций. Поэтому есть смысл и стимул расширять в дальнейшем количество ассортиментных позиций в рамках товарной номенклатуры в целом, что и наблюдается на рассматриваемом предприятии, однако в узких масштабах.

Для совершенствования ассортиментной политики ЗЖБИ УП «Минскметрострой» предлагается:

1. Проводить маркетинговые исследования рынка, спроса на продукцию и предпочтений покупателей.

2. Осуществлять постоянный анализ выпускаемой продукции методами ЖЦГ, БКГ, АВС и по результатом его оптимизировать ассортимент продукции.

3. Анализировать производственные издержки с целью снижения себестоимости продукции и повышения конкурентоспособности выпускемых изделий.

4. Вести учет остатков готовой продукции при планировании ассортимента и производственной программы, прогнозировании объемов сбыта продукции.

5. Наладить производство нового вида изделий – тротуарной плитки, железобетонных ограждений и дорожных плит повышенной прочности, что обеспечит конкурентные преимущества на рынке.

6. Осуществить поиск новых целевых сегментов на национальном и зарубежном рынках.

Использование вышеизложенных направлений по совершенствованию планирования ассортимента продукции позволит ЗЖБИ УП «Минскметрострой» улучшить свое финансовое состояние, а также укрепить свои позиции на рынке строительных материалов.

Список источников

1. Маркетинг: учебник, практикум и учебно-методический комплекс по маркетингу / Р. Б. Ноздрева [и др.]. – М., 2000.
2. Карпеко, О. И. Промышленный маркетинг: учеб. пособие / О. И. Карпеко. – Минск, 2010.
3. Однцова, Е. В. Формирование ассортиментной политики / Е. В. Однцова // Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс] / обновлено 02.10.2008. – Режим доступа: http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/pricing/assortment_policy1.htm. – Дата доступа: 20.09.2013.
4. Черник, Н. Ю. Товарная политика предприятия: учеб. пособие / Н. Ю. Черник. – Минск, 2004.

O. H. Каравай

Научный руководитель – кандидат технических наук Б. А. Железко

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ БАНКОВСКИХ УСЛУГ ПУТЕМ РАЗВИТИЯ ТЕХНИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

В статье рассмотрены возможности предоставления банковских услуг с использованием различных средств телекоммуникаций, способствующих расширению безналичного оборота и являющихся одной из основных тенденций развития банковских услуг. Проанализированы направления развития технической инфраструктуры, обеспечивающие использование банковских платежных карточек, способствующие увеличению количества эмитированных банковских платежных карточек. Благодаря использованным методам исследования: систематизации,