

5. Система оплаты труда на предприятии должны быть гибкой. Методика определения уровня заработной платы должны позволять оперативно регулировать размер заработной платы.

ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ АССОРТИМЕНТОМ НА ОТДЕЛЬНЫХ РЫНКАХ

Гуртовой А.А.

УО «Белорусский государственный экономический университет»

В условиях рыночной экономики руководители предприятий все более осознают необходимость ориентации производственной деятельности на потребителя, в связи с чем возникает проблема согласования интересов потребителей и предприятий-производителей продукции через механизмы оптимизации. В связи с этим необходим поиск решения, которое бы позволило согласовать интересы потребителей и возможности и цели предприятия на рынке сбыта. В нашей работе под критерием оптимальности понимаем показатель, выражающий предельную меру эффекта принимаемого решения при сравнительной оценке альтернатив. В общем виде критерий оптимальности состоит из трех элементов: управляемых переменных x_i (объемов выпуска), параметров y_i (переменные затраты на изделия, цена, рентабельность), формы зависимости $Q=f(x_i, y_i) \rightarrow \max(\min)$.

Таким образом, под результатом оптимизации ассортимента предприятия в настоящей работе понимается такой вариант выпуска продукции, который обеспечит выполнение поставленной предприятием цели или максимально приблизит предприятие к достижению этой цели.

Целенаправленное функционирование предприятия как экономической системы по своей природе многокритериально. В качестве решения подобного вопроса предлагаются две альтернативы:

1. Считать, что все принимаемые в расчет частные критериальные показатели ведут себя качественно сходным образом, достигая одновременно своих экстремальных значений,

2. Принять тот факт, что не существует такого возможного плана производства, которому соответствовали бы экстремальные значения одновременно всех частных критериальных показателей, потому определить для них допустимые границы. В нашем исследовании, для оптимизации ассортимента предприятия мы придерживались первого из вышеназванных подходов к проблемам оптимизации. Для рассмотрения конкретных вариантов этапа оптимизации ассортимента сделаем следующие предположения:

1. Выберем в качестве приоритетной цели работы предприятия - получение максимальной или достаточной прибыли. При этом считаем, что другие возможные цели предприятия являются подчиненными основной цели, обусловленными ею и естественно вытекающими из нее;

2. Если для конкретного вида товаров, находящихся на определенной стадии жизненного цикла, ставятся цели, такие как завоевание рыночной доли или удовлетворение требований целевого сегмента, то варианты формирования товарной программы по оставшейся номенклатуре всегда преследуют достижение основной цели предприятия.

Алгоритмы решения. На данном этапе формирования ассортимента необходимо принять решение об оптимальном плане выпуска товаров.

В качестве ограничений выступают:

- для объемов выпуска - рыночный спрос, производственные мощности предприятия, сырьевой запас и трудовые ресурсы;

- для цены товара - цена безубыточности (нижняя граница) и среднерыночная цена на товар - аналог (верхняя граница). Неизвестными величинами являются объем производства продукции каждого наименования и оптимальная цена реализации. С помощью моделей, рассмотренных ниже, возможно определить и оптимальную для выпуска номенклатуру изделий.

На наш взгляд, для отечественных предприятий наиболее перспективной стратегией является работа с конкретным целевым сегментом с учетом предпочтений потребителей данного сегмента.

Если для достижения приоритетной цели предприятие выбирает путь работы с целевым сегментом, то предполагается, что известны: основные характеристики выделенного сегмента и его ориентировочная численность S ; норма потребления исследуемого товара n_i ; набор потребительских предпочтений по отношению к товарам предприятия. Для осуществления возможности предприятия работать с целевым сегментом необходимо разработать товар, отвечающий требованиям потребителей. В результате этого определяются: новый уро-

вень производственных затрат:
$$\Pi_i = \Pi_i^0 + \sum_{k=1}^m \Delta \Pi_i^k$$
, новая наиболее вероятная цена реализации, соответствующая улучшенным характеристикам потребительских свойств: $\Pi_i = \Pi_i^0 + \Delta \Pi_i$ определяется согласно интегрального коэффициента соответствия рынку или параметрической модели, где Π^0 и Π^0 - уровни переменных расходов и цены до начала модификации (модернизации) товара i ; $\Delta \Pi_i^k$ - дополнительные затраты по каждому потребительскому свойству $k=[1, m]$ товара i для доведения его до уровня потребительских предпочтений целевого сегмента; $\Delta \Pi_i$ - изменение цены товара i после улучшения его потребительских свойств;

$$\Delta \Pi_i^k = \sum \Delta P_{ij}^k$$

выражение (в стоимостной величине) дополнительных переменных расходов по изменению потребительских свойств товара через дополнительный расход j -х производственных ресурсов, входящих в состав товара.

Математическая модель задачи сводится к ограничениям для товара i $N_S^* < N_S < S^* n_{S_i}$, где N_S^* является наименьшим возможным объемом выпуска данного товара для выделенного сегмента; N_S - объем выпуска продукции для целевого

сегмента. В качестве дополнительного ограничения могут выступать производственные возможности предприятия.

В этом случае целевая функция примет вид:

$$\sum (C_i - P_i) * N_i \rightarrow \max$$

Предложенную модель можно решить методами линейного программирования. Решение производится в отдельности для каждого выбранного целевого сегмента с последующим формированием общей производственной программы.

СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ КООПЕРАЦИЯ

Дадеркина Д.И., к.с.-х.н., доцент
УО «Бобруйский филиал БГЭУ»

Осуществляя аграрную реформу в Республике Беларусь необходимо переосмыслить принципиальные вопросы теории кооперации и практики кооперативного движения. Опираясь на мировой опыт необходимо создать новые подходы и определить место и роль кооперации в экономической системе хозяйствования и социальных процессах. В настоящее время кооперативные формы деятельности являются частью хозяйственной жизни большинства государств. В мире действует около 1 млн. кооперативных организаций более 120 видов, объединяющих примерно 600 млн. человек.

Наиболее сильные экономические позиции в кооперативной сфере деятельности капиталистических стран принадлежат сельскохозяйственным кооперативам. Развитие кооперативных организаций здесь шло эволюционным путем. Кооперативы добились широкой общественной и государственной поддержки в деле технического прогресса и развития производительных сил.

Практически стопроцентным охватом фермерских хозяйств характеризуется кооперативное движение в Швеции, Дании, Норвегии, Финляндии, Исландии, Нидерландах и Японии.

В 90-х годах XIX ст. в России стала развиваться сельскохозяйственная кооперация. Кооперативное движение стало важнейшим институтом Столыпинской реформы, начавшейся в 1906 году. С 1912 года Московский Народный Банк стал центром кредитной кооперации. Банк способствовал созданию отраслевых кооперативно-сбытовых центров, работала четкая система кредитования крестьянских хозяйств.

Логически стройная теория крестьянской кооперации разработана А.В. Чановым. Эта теория постоянно совершенствовалась в соответствии с изменениями, которые происходили в этот период в обществе. Дальнейшее развитие кооперация получила в период НЭПа. К 1925 году кредитная кооперация охватила уже 3,2 млн. крестьянских хозяйств. К концу 1928 года – около 28 млн. человек, что более чем в 13 раз превышало уровень 1913 года.

В.И. Ленин в работе «О кооперации» делает вывод, что раз государственная