

ламу, а также издание буклетов, каталогов и другой рекламной продукции. Статистическая отчетность позволяет получить информацию по показателям объема производства и продаж товаров и услуг. Учитывая периодичность представления статистической отчетности, актуализация разработанных моделей может осуществляться ежегодно и ежеквартально.

*С. Ф. Миксюк, д-р экон. наук, профессор
Е. В. Анкуда, аспирант
БГЭУ (Минск)*

УПРАВЛЕНИЕ МАТЕРИАЛЬНЫМИ ЗАПАСАМИ НА ПРОИЗВОДСТВЕННО-ТОРГОВОМ ПРЕДПРИЯТИИ В УСЛОВИЯХ НЕУСТОЙЧИВОСТИ: КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ПОДХОД

Управление материальными запасами в условиях неустойчивости требует реализации организационно-технологической функции управления через разработку системы средств, определяющих порядок и четкие правила практических действий по достижению целей управления в соответствующих условиях экономической конъюнктуры.

Базовым инструментом реализации этой функции может выступить корпоративная информационная система (КИС) в концепции ресурсосбережения MRP (Material Resource Planning) [1]. В рамках этой системы на основе портфеля заказов, маркетинговых исследований спроса на конечную продукцию предприятия и с учетом потенциальных возможностей производственного оборудования формируется основной производственный план-график, расписывающий, что и в каком количестве будет производить предприятие в каждый период отрезка планирования, на основе которого и разрабатывается график поставок материальных ресурсов и рассчитываются ключевые показатели эффективности управления запасами.

Зарубежный опыт практического использования КИС [2] указывает, что эффективность ее работы применительно к блоку материальных ресурсов определяется степенью увязки набора параметров настройки системы (нормы текущего и страхового запаса, точка заказа) с целями управления и набором ограничений, к которым для белорусских предприятий можно отнести неопределенность спроса на конечную продукцию, финансовую неустойчивость предприятия, сохраняющиеся инфляционные ожидания. Анализ литературы [3] показал, что на сегодняшний день можно говорить о разработке банка моделей для обоснования параметров управления запасами в условиях неопределенности. Однако в зависимости от условий экономической конъюнктуры и набора факторов требуется соответствующая модификация моделей и их увязка в единую систему по всему контуру задач управления: учет — прогноз и планирование — контроль — организация.

Цель исследования состоит в том, чтобы на основе использования современных подходов разработать теоретико-методическое обеспечение управления материальными запасами на производственно-торговом предприятии в условиях рисков и ограничений, характерных для белорусских предприятий.

Отличительная особенность предлагаемого авторами подхода состоит: в *обосновании критерия оптимизации норм текущего запаса* как максимум свободного денежного потока с учетом динамики цен, что позволит учесть риски финансовых ограничений предприятий и инфляции; *классификации номенклатурных* (постоянно хранимых на складе) и *неченоменклатурных* (целевая поставка под заказ) позиций по признаку регулярности потребления позиции запаса, что в целом будет способствовать снижению уровня запаса; *выборе методики нормирования страхового запаса и модели контроля*

над уровнем запаса в зависимости от характера спроса на продукцию, что позволит минимизировать негативные проявления неопределенности спроса; обосновании набора КРП-показателей управления запасами (динамика коэффициента обрачиваемости запасов, доля позиций сверхнормативных запасов, уровень обслуживания) как индикаторов обратной связи в управлении.

Источники

1. Трофимов, В. В. Информационные системы и технологии в экономике и управлении : учебник / В. В. Трофимов. — М. : Высш. образование, 2013.
2. Хоуп, Дж. Бюджетирование, каким мы его не знаем. Управление за рамками бюджетов / Дж. Хоуп, Р. Фрейзер. — М. : Вершина, 2005.
3. Zinn, W. A comparison of the economic order quantity and quickresponse inventory replenishment methods / W. Zinn, J.M. Charnes // J. of Business Logistics. — 2005. — Vol. 26, № 2. — Pp. 119–141.

*N. H. Harfoush, MBA
BSEU (Minsk)*

THE EVOLUTION OF ATTITUDES OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

For several years, the skyrocketing concept of corporate social responsibility (CSR) has been the main subject of much publicity. Until nowadays, the fundamental questions of CSR in a company are as old as the company itself, but still constitute a topic of debate (Crane, A., et al, 2008). Several other researches followed and contributed in the introduction of social responsibilities as corporate obligations. In the early 1950s, CSR constituted the main topic for a theoretical elaboration of several researchers. The social responsibilities defined as “the obligations of managers to pursue policies, make decisions or follow the lines of action that serve the goals and values of our society” (Bowen, 1953). Another CSR expert stated that “the management that recognizes its obligation towards the society not only helps to achieve maximum economic return, but also to put in place humanitarian and constructive social policies” (Heald, 1957). Davis K. affirmed that CSR is defined by the manager’s decisions and actions that go beyond the direct, economic and technical interests of the company (Davis, 1960). In the early 1970s, a different point of view to define CSR was put forward at the time by M. Friedman: “There is one and only one social responsibility of business — to use its resources and engage in activities designed to improve its profits so long as it stays within the rules of the game, which is to say, engages in open and free competition, without deception and fraud” (Friedman, 1970). Subsequently, A. Carroll advanced a well-known definition of CSR that paved the way for relevant research: “CSR involves the conduct of a business so that it is economically profitable, law abiding, ethical and socially supportive” (Carroll, 1979). Throughout this same period, four aspects of social performance emerged and became well known: Social Responsibility, Social Accounting, Social Indicators and Social Auditing. In 1980, Th. M. Jones added that CSR is a set of standards of behavior by which a corporation abides in order to have a positive effect and productive impact on its society, representing by such a framework for the role of business in society (Jones, 1980). Afterwards, during the 1990s, J. Elkington introduced the triple bottom-line principle, which assesses the company’s overall performance from three main angles: Social (People), Environmental (Planet) and Economic (Profit) (Elkington, 1997).