

рин, гигиены должен осуществляться независимой вневедомственной госинспекцией. Одновременно необходимо предусмотреть порядок, в соответствии с которым органы государственного руководства могли бы возложить ряд своих функций на соответствующие хозяйственные органы.

Функции государственного руководства как на уровне республики, так и на уровне областей наиболее эффективным образом могут выполняться специализированными отраслевыми формированиями (концерны, НПО, ПО, холдинговые компании и т. д.), строящими свою деятельность на принципах полного хозрасчета. В настоящее время произошло перемещение производственных функций на уровень предприятий-производителей, и наиболее остро выявилась заинтересованность предприятий в обеспечении их на профессиональном уровне услугами обслуживающего, посреднического, информационного, юридического, снабженческого характера.

В условиях рынка и достаточно жесткой конкуренции с другими производителями пищевой продукции предприятиям промышленности необходима особо четкая координация деятельности в инвестиционной, технической, технологической, кадровой политике, применении цен и тарифов, что может быть достигнуто в рамках территориальных отраслевых хозяйственных союзов (объединений, концернов, ассоциаций, холдинговых компаний) предприятий. Целесообразно, чтобы указанные объединения осуществляли ряд функций, обусловленных отраслевой спецификой, и в отношении других предприятий, перерабатывающих сельскохозяйственное сырье, независимо от подчиненности (малые перерабатывающие цеха и предприятия колхозов, совхозов, потребкооперации, агрофирм и комбинатов, подсобных хозяйств предприятий и организаций).

<http://edoc.bseu.by>

**А. Г. Барановский,
А. П. Тренихин**

Могилевский машиностроительный институт

ЦЕЛЕВЫЕ СИСТЕМЫ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Под целевой системой будем понимать совокупность элементов (подразделения предприятия и исполнители) и взаимосвязей между ними, обеспечивающих использование адекватных методов и средств достижения заданных целей деятельности предприятия.

Целевые системы на действующем предприятии создаются и реализуются в рамках достижения генеральной цели — его миссии, решая задачу устойчивой работы или качественного развития предприятия.

На предприятии целевые системы могут быть созданы в сфере обеспечения надежности и результативности главных и основных его производственно-хозяйственных функций или в сфере локальной инновационной деятельности (отдельных изделий и технологических процессов или видов используемых ресурсов).

Согласно отечественному и зарубежному опыту на предприятиях могут быть сформированы следующие целевые системы: управления качеством продукции; создания и освоения новой техники; управления издержками; управления дефицитными ресурсами; автоматизации управления и т. д.

Сложность и важность целевых систем требует определенных дополнительных усилий по исследованию и проектированию их формирования и условий использования в процессе реализации с налаживанием механизма управления по стадиям жизненного цикла целевой системы.

Рассмотрим основные положения и требования, которые необходимо учитывать при формировании целевых систем и механизмов их управления:

1. Четко и понятно должно быть определено назначение (главная функция) целевой системы и ожидаемые результаты от ее применения.

2. Достаточно точно должны быть описаны основные и вспомогательные функции, а также определены подразделения, которые необходимо привлечь для достижения поставленных целей.

3. Должны быть спрогнозированы внешние факторы как благоприятствующие, так и препятствующие реализации выявленных основных и вспомогательных функций.

4. Следует предусмотреть четкое распределение задач, прав, обязанностей и ответственности подразделений и отдельных исполнителей в рамках реализации данной целевой системы.

5. Осуществить выбор организационной структуры адекватной формируемой целевой системе и увязать ее с действующей структурой управления предприятием в виде элементов формальной структуры (проектной или матричной) или неформальных творческих групп.

6. Провести привязки целевых структур и конкретных их исполнителей к основному управленческому циклу (планирование, организация, мотивация и контроль) предприятия.

7. Обосновать и обеспечить выявление потребности в материальных и финансовых ресурсах, а также создать адекватную сеть коммуникаций для формируемой целевой системы.

Успешная работа предприятия в процессе его функционирования и развития с помощью целевых структур достигается при соблюдении следующих условий:

- количество одновременно действующих целевых систем не должно превышать пяти-семи;
- подразделения предприятия должны иметь достаточные возможности, чтобы обеспечить свою основную деятельность и поддерживать целевые системы;
- необходимо создать на предприятии специальные подразделения или группы отдельных специалистов, которые обладают знаниями методов системного анализа, для обеспечения методологического руководства и координации деятельности целевых систем.

<http://edoc.bseu.by>

Д. В. Баско
*Белорусский государственный
экономический университет*

МАРКЕТИНГ И ЛОГИСТИКА

В концепции маркетинга выделяется круг проблем, связанных с управлением материалопотоками и реализацией готовой продукции. Это объясняется тем, что наблюдается значительный рост затрат на содержание запасов и транспортировку сырья, материалов, продукции, т. е. на выполнение логистических операций.

В условиях перехода к рынку значение логистики многократно возросло в результате развития горизонтальных связей между предприятиями и организациями, расширения оказываемых потребителям коммерческих и транспортно-экспедиционных услуг, услуг информационного характера. Не случайно поэтому, что в настоящее время существенно возросли объемы встречных, излишне дальних, повторных и других нерациональных перевозок. По экспертным оценкам ученых и специалистов широкое применение методов логистического управления позволит сократить время движения продукции примерно на 25-30 % и снизить уровень запасов продукции у потребителей на 30-50 %. При условии комплексного учета всех затрат на перевозку, хранение, погрузочно-разгрузочные работы и оптимизации факторов, вызывающих разнонаправленные изменения отдельных элементов этих затрат, достигается сокращение расходов на передвижение (например, при автомобильных перевозках металлопродукции — на 7-20 %, а при железнодорожных перевозках на 5-12 %).

Система логистики взаимодействует со многими управленческими функциями. Существенное влияние на нее оказывает политика и тактика маркетинга, поскольку требования маркетинга определяют границы, в рамках которых действует система логистики. Маркетинг призван обеспечить оптимальность товародвижения, а также выдвигает особые тре-