

Как показывают исследования, в настоящее время учет и анализ основных видов издержек на большинстве предприятий ведется в разрезе мест их образования, а именно: отделы и склады материально-технического снабжения, производственные отделы и цеха, отдел сбыта и склады готовой продукции.

В логистических системах важным инструментом управления является исследование информационных потоков, которые должны быть взаимосвязаны и органически сопряжены с материальными потоками. Несмотря на достаточно высокий уровень компьютеризации, до сих пор на уровне предприятий существуют трудности сбора информации об издержках для разработки моделей управления запасами. В основном, они сводятся к следующему: большинство используемых для текущего и оперативного учета документов фиксируют итоговые изменения предыдущего периода в общем виде без детализации по характеру и степени важности; некоторые виды расходов, непосредственно или косвенно связанных с перемещением и хранением материалов, трудно определить, так как они скрыты в укрупненно рассчитываемых статьях затрат; ряд показателей, играющих существенную роль при исчислении совокупных логистических издержек, вообще не подлежит учету и точно рассчитать весьма затруднительно. Прежде всего, это касается группы издержек, которые определяют убытки при дефиците материалов, потери финансовых средств при создании излишних запасов, а также издержки, возникающие вследствие потери эффективности канала обеспечения из-за высокой конфликтности между его членами.

Эти недостатки не позволяют в полной мере анализировать варианты возможных решений, являются тормозом эффективно-го управления и требуют совершенствования системы внутренне-го учета.

Поэтому решение проблемы управления запасами связано с исследованием совокупных логистических издержек, а также с совершенствованием системы взаимодействия материальных и информационных потоков.

Г.А. Яшева
ВГУ (Витебск)

ПЛАНИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГА

Значение планирования маркетинга заключается в следующем: во-первых, позволяет уменьшить степень неопределенности

и риска в производственно-хозяйственной, в том числе маркетинговой деятельности; во-вторых, обеспечить концентрацию ресурсов на приоритетных мероприятиях маркетинга; в-третьих, планирование маркетинга представляет основу для планирования других областей деятельности предприятия — снабжения, производства, финансов.

На наш взгляд, процесс стратегического планирования должен включать следующие действия: разработка программного заявления (миссии) предприятия; стратегический анализ; определение целей и задач; формирование конкурентных и генеральных маркетинговых стратегий.

Теоретически неразработанными этапами стратегического планирования являются следующие: стратегический анализ, формирование конкурентных и генеральных маркетинговых стратегий.

По-нашему мнению, стратегический анализ — это выявление опасностей и возможностей макро- и микросреды, а также сильных и слабых сторон предприятия на основе исследования рынка с целью определения перспективных рынков, сегментов для последующей разработки маркетинговых стратегий.

Конкурентные стратегии маркетинга включают стратегии по доле предприятия на рынке (наступательная, оборонительная стратегия ухода с рынка); по позиционным преимуществам перед конкурентами (стратегии повышения качества, снижения цены, преимущества в научно-технической сфере, высокого сервиса, индивидуальности и т.д.).

Генеральные стратегии маркетинга включают стратегии по следующим направлениям: по способу роста объемов продаж, по степени охвата рынка, по пространственному освоению рынка, по инновациям товара.

Процесс тактического планирования маркетинга включает следующие этапы: изложение стратегических целей, анализ рынка и возможностей предприятия, определение тактических целей, разработка и комбинация стратегий по комплексу маркетинга, разработка программы действий, планирование бюджета, определение порядка контроля.

В.В. Квасникова
ВГТУ (Витебск)

ФАКТОРЫ УСПЕШНОЙ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В условиях Республики Беларусь на эффективность реструктуризации предприятий существенное влияние оказывает их