

гии. Решения об идеях которые отражают интересы основной массы общества должны приниматься за основу, без насилия, обмана, в интересах производителей и общества в целом.

Формирование социально-регулируемой рыночной экономики в Республике Беларусь сопровождается идеологическими противоречиями в механизме регулирования общественного воспроизводства. Опыт стран с развитой рыночной экономикой показывает, что какой-то универсальной, одинаково пригодной для всех стран и народов, без исключения модели не существует вообще. При этом, рыночные модели во всех развитых странах формировались в рамках жесткого государственного регулирования. К сожалению, многие предприниматели различных форм собственности обосновывают свою деятельность полной либерализацией и абстрагируются от понимания логического содержания категории «социально-регулируемая рыночная экономика» и проблем общества в целом. Это словосочетание указывает на «субъект», «объект» и «цель» регулирования. Субъектом регулирования выступает общество в целом (в лице представляющих его институтов). Объектом регулирования является «общественная экономика», а не внутрипроизводственная деятельность. Целью регулирования является обеспечение общественных потребностей. решение общих для всех сфер рыночной экономики проблем.

Американские ученые: Джозефу Стинглиц, Джордж Акарлоф и Майкл Спенсу, получившие Нобелевскую премию за 2001 год в области экономических наук, доказали наибольшую эффективность не чисто либеральной модели развития рыночной экономики, а необходимость самого активного регулирования государством рыночных процессов.

Республика Беларусь начала формировать регулируемую государством рыночную экономику на семь лет раньше присуждения Нобелевской премии за обоснованность такого социально-экономического решения.

Формирование социально-регулируемой рыночной экономики осуществляется на основе четко сформулированных особенностей рыночной модели Республики Беларусь.

УДК 339.138

Асс. Рудницкий Д.Б.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ

В целях совершенствования маркетинговой деятельности и повышения конкурентоспособности продукции, предприятиям необходимо регулярно осуществлять оценку эффективности управления маркетингом. Исследования эффективности базируются на предпосылке о том, что эффективность управления маркетингом определяется путем сопоставления эффекта, то есть результата, полученного в системе, с затратами, связанными с достижением данного результата. Наиболее сложным в методологическом отношении является определение эффекта управления маркетингом, который в самом общем виде выражается в том воздействии, которое субъект управления оказывает на управляемый объект и систему предприятия в целом. Эффект управления маркетингом проявляется в том, что все элементы системы приведены в действие и используются в соответствии с их назначением наиболее рациональным способом. Для получения системного эффекта субъект управления осуществляет действия, направленные на достижение целей и задач, стоящих перед предприятием в процессе его маркетинговой деятельности. Эти действия выполняются в соответствии с функциями управления маркетингом и выделенными на них основе комплексами работ и процедурами. Существует два основных направления измерения и оценки эффективности управления маркетингом:

1. по степени соответствия достигаемых результатов установленным целям управления маркетингом;
2. по степени соответствия процесса функционирования системы управления маркетингом объективным требованиям к его содержанию, организации и результатам.

Эти методы не исключают, а дополняют друг друга, так как, в соответствии с первым направлением, оценивается системный результат воздействия управления маркетингом на предприятии, а во втором направлении делается упор на исследовании факторов управления маркетингом, которые обеспечили такой конечный результат.

УДК 658.5(476.5)

Асс. Смолянец В.С., студ. Мальчёнков И.Е.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ДОСТАТОЧНОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ РЕСУРСОВ ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ НАМЕЧЕННЫХ ЦЕЛЕЙ НА ОАО «КРАСНЫЙ ОКТЯБРЬ» МЕТОДОМ ЭКСПЕРТНЫХ ОЦЕНОК

Для решения поставленных задач был использован метод экспертных оценок. По специальной процедуре из 16 специалистов-руководителей методом коллективной оценки было отобрано 7 наиболее компетентных экспертов. Заполненные экспертные листы, содержащие 47 индикаторов, характеризующих состояние производственных ресурсов предприятия обрабатывались в соответствии с предложенной методикой на основе которой выводился средний коэффициент соответствия (от 1 – «не соответствует» до 3 – «соответствует»). В ходе исследования были получены следующие результаты. На предприятии ОАО «Красный Октябрь» имеющиеся производственные ресурсы не полностью соответствуют намеченным целям (средний коэффициент экспертной оценки составляет 1,9); В большей мере соответствуют намеченным целям трудовые ресурсы предприятия (коэфф. 2,17), в меньшей – предпринимательская способность (коэфф. 1,69); При анализе конкретных показателей наибольшее соответствие намеченным производственным целям существует по следующим ресурсам: наличие производственных площадей – 2,57; наличие энергоресурсов – 2,67; специальное профобразование рабочих – 3,0; квалификация ИТР – 2,50; обеспеченность компьютерной техникой – 2,43; квалификация мастеров и начальников участков – 2,60; условия труда – 2,57; квалификация руководителей отделов и цехов – 2,43; обеспеченность транспортом – 2,29. Крайне не благоприятное положение сложилось в обеспеченности такими ресурсами как: собственные и внешние инвестиции в производство – 1,0; состояние оборудования (физическая и моральная изношенность) – 1,0; темпы обновления приспособлений и технических средств – 1,17; наличие финансовых средств на оплату труда и сырья – 1,17; освоение новых рынков сбыта – 1,29; маркетинговая активность – 1,29; уровень квалификации рабочих – 1,33. Проведённая работа позволяет сделать вывод о том, что метод экспертных оценок может с успехом применяться для общей оценки хозяйственной деятельности предприятия в определении слабых звеньев в его работе и служить основой для планирования работы по совершенствованию управления производственными ресурсами.

УДК 339.138

Асс. Сатыбаев Р.Р., студ. Баранок О.М.

АНАЛИЗ ТОВАРНОГО ПОРТФЕЛЯ ФИРМЫ

Результативность перспективного управления коммерческой деятельностью предприятия во многом определяется разработкой направлений развития ее составляющих, среди которых центральное место занимает ассортиментная концепция. Под ассортиментной концепцией понимается система маркетинговых направлений развития коммерческой деятельности, обеспечивающих формирование конкурентоспособного товарного портфеля торгового предприятия на розничном рынке. Разработка ассортиментной модели предполагает отбор и определение оптимального соотношения набора товаров, находящихся на разных стадиях своих жизненных циклов. В специальной литературе для оценки товарного портфеля предпри-