

- обеспечение равных условий хозяйствования всех форм собственности;
- координация деятельности государственных и негосударственных органов по оказанию поддержки малого предпринимательства, включая систему налогообложения, регистрации и предоставления льгот по налогам и платежам;
- дифференцированная поддержка предприятий в зависимости от видов деятельности, установленных указом Президента и оговоренных в постановлении Правительства приоритетов;
- оптимизация развития государственной инфраструктуры поддержки малого предпринимательства;
- содействие в организации некоммерческих объединений предпринимательских структур;
- создание льготных условий для доступа субъектов малого предпринимательства к финансовым, материально-техническим и информационным и другим ресурсам;
- стимулирование предпринимательской активности населения и совершенствование системы подготовки и переподготовки кадров для предпринимательских структур или занятию предпринимательской деятельностью;
- обеспечение предпринимателю социальных гарантий и безопасности, предусмотренных законодательством Республики Беларусь.

В.Ю. Шутцлин, БГЭУ (Минск)

ИНДИВИДУАЛИЗАЦИЯ ТОВАРА В МАРКЕТИНГЕ

С одной стороны тенденция развития потребительского самосознания диктует необходимость индивидуализации товара и услуги с целью более полного удовлетворения запросов потребителей и получения за счет этого конкурентных преимуществ на рынке. С другой стороны, усиление конкуренции и объективные законы экономического развития требуют от предприятия также и постоянного мониторинга издержек, повышения эффективности производства, предопределяет необходимость стандартизации и автоматизации как производственных процессов, так и процессов обслуживания клиентов, делает все более ориентированным соотношение затрат и достигаемого экономического эффекта.

Традиционной является аксиома о том, что лучший способ достигнуть высокой эффективности производства - это организовать массовое производство стандартизированной продукции. Такой подход включает в себе неявный выбор между затратами на производство единицы продукции и разнообразием ассортимента. Согласно логике данного утверждения, наиболее доступным способом повысить эффективность и снизить затраты на выпуск единицы продукции является ограничение глубины ассортимента и производство стандартизированного продукта в больших объемах. Создание же широкого ассортимента с учетом запросов предполагает высокую мобильность производства, более короткие сроки производственного цикла, мелкосерийное

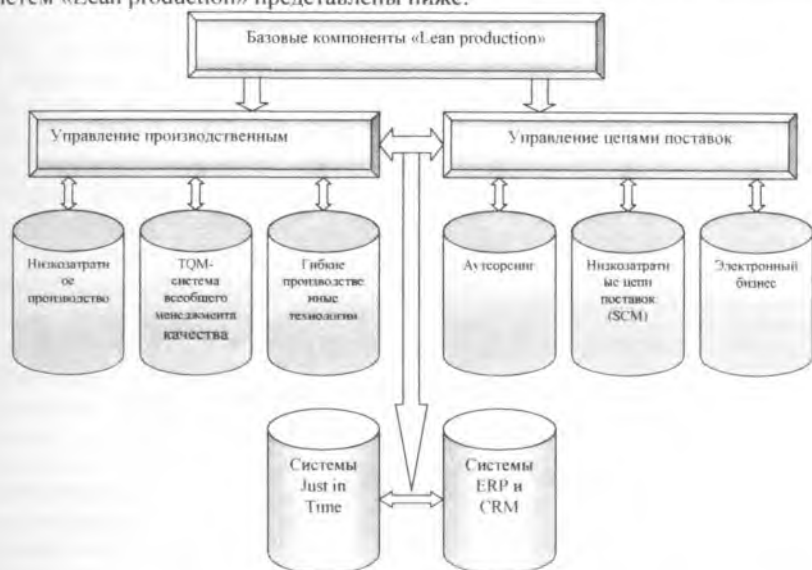
и индивидуальное производство, которые, в свою очередь, способствуют росту затрат на единицу продукции и снижают эффективность предпринимательской деятельности.

Альтернативу подобному взгляду на производственную эффективность может составить подход, в основе которого положен модульный подход: модульным становится не только готовая продукция, услуга, но и технология, а также процесс принятия управленческих решений. Подобные управленческие концепции получили общее название «Lean production».

В частности, с точки зрения единства эффективности производства и обмена, «Lean production» преследует цели:

- обеспечения низких производственных издержек;
- оперативного реагирования на изменение потребительского спроса;
- поддержание высокого качества продукции.

Системы, основанные на принципах «Lean production», отличаются от других концепций организации производственного процесса, интегрируя в себе производственные и распределительные функции. Основные компоненты систем «Lean production» представлены ниже:



С точки зрения логистики Lean-производство преследует цель устранения так называемых бесполезных операций (waste activities), не создающих потребительную стоимость. По различным товарам затраты на такие операции составляют от 30 до 70% от общих затрат на производство готового продукта. Наиболее бесполезные затраты возникают в процессах транспортировки, технологического перемещения материальных ресурсов, ожидания (складирования), устранения дефектов. Непроизводительные потери возникают

так же при использовании универсального инвентаря и инструментов и перепроизводстве готовой продукции.

Для капиталоемких производств значимую роль как в достижении маркетинговых целей в целом, так и в повышении экономической эффективности бизнеса играет управление основными фондами. Именно на эту сторону деятельности приходится значительная доля инвестиционных вложений, основная часть в себестоимости производимой продукции, а качественные параметры напрямую связаны с возможностью достижения предприятием маркетинговых целей.

Основной экономической эффект применения ЕАМ-систем достигается в сокращении затрат на обслуживание оборудования и повышение его производительности. ЕАМ-системы управляют всем жизненным циклом оборудования, начиная с проектирования, изготовления, монтажа и сборки до последующего обслуживания, сервисных и профилактических работ, модернизации, реконструкции и вывода из эксплуатации. Для каждого этапа жизненного цикла оборудования в ЕАМ-системах предусмотрена углубленная функциональность по поддержке соответствующих бизнес-процессов.

Большинство таких систем является полнофункциональными ERP-системами, автоматизирующими производство, техническое обслуживание и ремонт, дистрибуцию, финансы, управление персоналом и маркетинг, взаимодействие с клиентами (CRM), управление цепочками поставок (SCM), управление качеством, документооборот. Изделие может быть трассировано по производственной цепочке и связано с определенной партией, сырьем, используемыми ресурсами. В дальнейшем к нему легко присоединяются спецификации определенных материалов, перечни запасных частей, чертежи, САД-документы, история сервиса тех изделий, которые требуют послепродажного обслуживания.

Н.В. Шутилина, БГЭУ (Минск)

ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ: ОТ ИНТЕНСИВНОГО К ИНТЕГРИРОВАННОМУ РАСПРЕДЕЛЕНИЮ

Функции и соответствующий менеджмент в процессе распределения товаров можно условно подразделить на коммерческое распределение и физическое распределение. Коммерческое распределение связано с формированием каналов распределения. Физическое же распределение представляет не что иное, как процесс перемещения товаров от продавца до потребителя.

С позиции системного подхода распределение правомерно представить как сложную систему управления процессом доведения товара от изготовителя до потребителя.

Процесс распределения давно является значимым элементом менеджмента предприятия, однако положение одной из наиболее важных функций оно приобрело лишь сравнительно недавно.