

---

---

склад и передача соответствующих приходных документов для занесения товара в базу (в отдел снабжения). В свою очередь складирование на возвратный склад производится, когда товар не прошел соответствие и был отправлен с оптимального склада, до дальнейшего выяснения.

В результате проведения оптимизации бизнес-процессов предприятия (реинжиниринг) было принято решение, что должна быть использована распределенная база данных, в которую помещается информация заказа. Тогда пункт приема товара при акцепте товара делает сверку накладной с информацией заказа и в случае отсутствия рассогласований при наличии денег на расчетном счете инициирует автоматически оплату поставки чеком. В процессе моделирования на базе IDEF были использованы два различных склада: «Оптимальный склад» и «Возвратный склад».

Описаны основные бизнес-процессы для системы складского движения предприятия продажи металлопроката; создана ее функциональную модель. Проведен реинжиниринг этой системы и моделирование на основе методологии IDEF. Результаты исследования явились основой для разработки автоматизированной информационной системы.

### **Литература**

1. Калашян, А.Н. Структурные модели бизнеса: IDFD-технологии / А.Н. Калашян, Г.Н. Калянов. – Москва: Финансы и статистика, 2008. – 321 с.
2. Сергеев, В.И. Логистика в бизнесе: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 608 с.
3. Вишняков, В.А. Информационное управление и корпоративные системы. учеб.- метод. комплекс / Вишняков В.А, Бородаенко Ю.В. – Минск: изд-во МИУ, 2009. – 256 с.

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОВ ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА – ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИЙ**

**Ю.И. Енин, В.М. Аносов**

*Минский институт управления, г. Минск, Беларусь*

*ugu.enin-2009@tut.by*

В современных условиях хозяйствования для оценки эффективности инвестиционной деятельности предприятий применяется достаточно разнообразный перечень оценочных показателей: абсолютная, относительная сравнительная эффективность инвестиций, абсолютная и относительная оценка с учетом фактора времени (методом дисконтирования). Эти показатели, в принципе, позволяют дать оценку влияния инвестиций на изменение доходности бизнеса, сопоставлять желаемый результат с объемами инвестиций, обосновывать вариант инвестиционных решений, а также прогнозировать изменения чистого денежного потока по этапам реализации инвестиционного проекта. Таким образом, перечисленные подходы и используемые показатели оценки эффективности позволяют, прежде всего, решать задачи, непосредственно связанные с планированием и финансированием инвестиций в Республике Беларусь. Однако во многих случаях эти подходы финансового, инвестиционного менеджмента и перечисленные показатели не отражают основного результата инвестиционной деятельности предприятия – получение максимального дохода от своих активов, созданных с помощью этих инвестиций.

Поэтому, на наш взгляд, представляется целесообразным использование на уровне субъектов хозяйствования такого обобщающего показателя, как рентабельности активов, в том числе и за счет реализованных инвестиций.

Расчет этого показателя может быть проведен по формуле:

$$Ra = П\text{ общ} / Ак,$$

где  $Ra$  – рентабельность активов;

$П\text{ общ}$  – прибыль общая;

$Ак$  – стоимость активов (имущества) предприятия.

Использование данного показателя позволяет не только уловить ситуацию в части реализации инвестиционного проекта, но и оценить эффективность использования оборотных средств и платежеспособность субъекта хозяйствования. Это в современных условиях повышения значимости инновационного менеджмента является крайне важной и актуальной задачей.

---

В комплексном анализе по использованию активов предприятия целесообразно выделять инновационную составляющую, полученную посредством реализации инвестиции. Эта проблема управления инновационно-инвестиционной деятельностью предприятия. При этом целесообразно помнить, что в процессе производственно-хозяйственной деятельности предприятия рентабельность активов как бы взаимодействует с рентабельностью реализованной продукции. На наш взгляд, такая связь может быть выражена следующей формулой:

$$Ra=Rv*\text{Эф},$$

где  $Rv$  – рентабельность реализованной продукции;

$\text{Эф}$  – эффективность (оборачиваемость) активов.

Результаты управления инновационно-инвестиционной деятельностью во многом определяются условиями формирования источников финансирования и ценой примененных ресурсов.

Неотъемлемым элементом управления инвестиционными ресурсами, от которого зависит общий результат, является получение своевременной информации о величине и структуре, в первую очередь, собственных источников финансирования. Такая информация может использоваться при комплексном анализе с целью повышения эффективности инновационно-инвестиционной деятельности.

Прежде всего, речь идет об отслеживании процессов начисления амортизации и прибыли, оценке поступления этих ресурсов и возможности их использовать для целей инвестиционной деятельности (учет состояния платежей и расчетов). Эту информацию также целесообразно активно использовать при составлении финансовых планов и инвестиционных проектов.

В этой связи назрела необходимость применения действенных форм стимулирования аккумуляции и использования собственных финансовых (инвестиционных) ресурсов, что является крайне важным в современных условиях хозяйствования. По-нашему мнению, важным инструментом является премирование менеджеров за повышение доли собственных средств в структуре источников финансирования инвестиционных проектов на инновации, что может повлиять на повышение эффективности инновационно-инвестиционной деятельности субъектов хозяйствования.

#### **Литература**

1. Об утверждении приоритетных направлений научно-технической деятельности в Республике Беларусь на 2011 – 2015 годы: Указ Президента Республики от 22.07.2010 № 378 // КонсультантПлюс:Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «Юрспектр», Нац. Центр правовой информ. Республики Беларусь. – Минск, 2010.
2. О Государственной программе инновационного развития Республики Беларусь на 2011–2015 годы: Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 26 мая 2011 г. № 669 // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. – 2011. – № 64. – 5/33864.

## **МАРКЕТИНГОВЫЕ АСПЕКТЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ МЕХАНИЗМОВ РАБОТЫ С СОБСТВЕННОЙ ТОРГОВОЙ МАРКОЙ (СТМ)**

**С.А. Калугина**

*Российский государственный торгово-экономический университет, г. Москва, Россия*

*mir210mir@yandex.ru*

Важной составляющей информационного обеспечения предприятия, работающего с СТМ, является информация о их классификации, стратегиях внедрения, продвижения и привлекательности.

В научной литературе существуют разные подходы к классификации СТМ в зависимости от различных признаков. Однако общепризнанная классификация собственных торговых марок отсутствует. Нами предложена авторская классификация СТМ с использованием иерархического и фасетного методов [1, с. 24].

Собственные марки уже рассматриваются розничными сетями как средство увеличения прибыли. Так, в некоторых западных сетях доля в ассортименте СТМ достигает до 97 %. Однако западный опыт весьма неоднозначен и требует осмысления: ряд сетей успешно выпускает собственные марки в премиальном сегменте, в то время, как для других сетей – они представлены только в сегменте самых дешевых товаров. Вопрос правильного выбора товарной и ценовой категории для создания в них СТМ является весьма насущным.