

характеристиками. Успешный бренд – это, в первую очередь, сочетание расчётливости и удачи, а также результатов долгой кропотливой работы специалистов в области маркетинга и менеджмента и большой доли везения. Рассматривая роль бренда в деятельности современного предприятия необходимо придерживаться формулы бренда, согласно которой бренд это сумма двух составляющих: осведомленности потребителя о торговой марке и ценности данной торговой марки для потребителя.

В рамках продвижения бренда предприятием ОАО «АФПК «Жлобинский мясокомбинат» выполняются следующие мероприятия:

1 Национальным центром интеллектуальной собственности в соответствии с Законом Республики Беларусь «О товарных знаках и знаках обслуживания» выдано свидетельство на товарный знак, распространяющийся на территорию Беларуси.

2 В 2012 г. отделом маркетинга проводилось информирование населения о деятельности предприятия и ассортименте выпускаемой продукции в средствах массовой информации (на радио – РУП РТЦ «Телерадиокомпания Гомель», РТЦ «Телерадиокомпания Могилев», на радиостанции «Рокс»; в прессе – каталог «Белорусская промышленная палата», газетах «Советская Беларусь», «Гомельская правда», «Новый день», «МедиаРосБелСистема», «Коммерческий курьер», «Рекламный Бобруйск» «Народная газета»);

3 Участие в 20 выставках-ярмарках с получением ряда высоких наград.

4 Осуществляется деятельность по стимулированию спроса, изыскиваются возможности и пути косвенного поощрения потребителей продукции для приобретения потребителем товара большими партиями и побуждения его к регулярным коммерческим связям с предприятием.

В результате проведенного анализа коммуникационной политики ОАО «АФПК «Жлобинский мясокомбинат» можно сделать вывод о том, что используемая предприятием система маркетинговых коммуникаций не обеспечивает достижение маркетинговых целей организации. Основная причина в том, что основным элементом используемой данной организации является выставочная деятельность, что составляет 60 % от общей доли коммуникационной политики предприятия, сувенирная и полиграфическая продукция, занимает 20 %, от общей доли, реклама в СМИ, в Интернете и наружная реклама используются мало.

Для более эффективной работы ОАО «АФПК «Жлобинский мясокомбинат» по продвижению бренда и стимулированию продаж следует разработать следующие программы:

- ежемесячную акцию «Суперцена» с широким освещением в СМИ;
- комплексную программу «С ОАО “АФПК “Жлобинский мясокомбинат”” во круг света!»;
- промоакции с дегустацией образцов товара, представлением новинок;
- сезонные акции, приуроченные к праздникам.

***А. В. Вольская***

*Науч. рук. И. А. Шнып,  
ст. преподаватель*

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЗАКУПОЧНОЙ ЛОГИСТИКИ НА РУП «РЕЧИЦКИЙ МЕТИЗНЫЙ ЗАВОД»**

РУП «Речицкий метизный завод» («РМЗ») осуществляет закупки централизованным способом. Он производит стальную проволоку, гвозди, крепёжные изделия: болты, гайки, винты нормальной и повышенной точности. Основным сырьём для производства продукции является сталь и катанка.

Доставка сырья и материалов осуществляется чаще всего железнодорожным и автомобильным транспортом, на РУП «РМЗ» имеется своя ветка железнодорожного транспорта. Склады имеют железнодорожные рампы, с которых выгружаются вагоны, а также подъездные пути для автомобильного транспорта.

Закупка сырья осуществляется у постоянных поставщиков, с которыми хорошо налажены хозяйственные связи. Поставки в 2011–2013 гг. осуществлялись ритмично, план по срокам поставки сырья и материалов выполнялся. На предприятии имеется достаточно складов для размещения поступающих материалов. Однако для более эффективного планирования закупок можно рассчитать оптимальную партию заказа, чтобы минимизировать издержки.

Также на предприятии процесс закупок в принципе не автоматизирован, все заявки в отдел снабжения передаются на бумажных носителях, это не всегда удобно и занимает время, поэтому можно предусмотреть внедрение какой-то автоматизированной системы, которая позволит сделать процесс закупок более быстрым, понятным и «прозрачным».

Направления совершенствования закупочной логистики на РУП «РМЗ»:

1 Выбор альтернативного поставщика сырья. Это позволит предприятию расширить ассортимент закупаемого сырья, а также выбирать для себя наиболее выгодные условия закупок. При выборе поставщиков можно использовать следующие критерии: ассортимент и качество продукции, цена единицы продукции, форма расчёта, удаленность, время поставки, финансовые условия, упаковка.

2 Определение оптимальной партии заказа на сырьё, что позволит более рационально организовать процесс закупок и снизить расходы на поставку. Для определения оптимальной партии заказа можно применить модель EOQ (Economic Ordering Quantity), известная ещё по имени автора как модель Вильсона.

3 Устранение причин неритмичной работы. На основании данных анализа ритмичности определяют конкретные мероприятия по устранению причин неритмичной работы, которыми могут быть: несвоевременная поставка сырья и материалов поставщиками, другие нарушения поставщиками договорных условий (изменение цены, качества поставляемых материалов) и др.

4 Установка программного продукта, автоматизирующего систему по закупке. На РУП «РМЗ» практически весь процесс закупок происходит вручную, поэтому можно предложить его автоматизировать, установив приложение компании Softmart. Программный продукт предназначен для автоматизации процесса внутренних закупок предприятия, включая этапы подготовки и проведения конкурсных торгов.

Программный продукт обеспечивает выполнение следующих функций:

- массовую обработку поступающих заявок;
- прозрачность процессов и общую ответственность персонала;
- отправку почтовых уведомлений о создании новых, утвержденных заявок и др.;
- наглядные и простые отчёты, помогут всем участникам процесса в режиме реального времени получать доступ ко всей необходимой информации.

***А. Г. Вышикова***

*Науч. рук. О. В. Арашкевич,*

*канд. экон. наук, ассистент*

## **АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТРУДОУСТРОЙСТВА МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ**

Республике Беларусь высшее образование становится одним из основных факторов ускоренного развития общества, так как молодые люди составляют около 35 % трудоспособного населения и представляют интересы будущего страны. Поэтому актуальными