

предпринимательской деятельности, зависит точность и объективность управленческого учета, а значит, и объективность принимаемых стратегических и тактических управленческих решений.

УДК 378.339.138

### **Частно-государственное партнерство в сфере территориального маркетинга**

Матяс И.Д.

Белорусский национальный политехнический университет

В развитии стратегия территориального маркетинга особое положение занимает частно-государственное партнерство. Именно такой подход и развивает большинство стран, добившихся на этом поприще успеха. В Беларуси представителем частного бизнеса, занимающего самую активную позицию в продвижении брендов товаров и услуг Беларуси и бренда самой Беларуси, является группа компаний SATIO. Компания проводит ежегодный Международный фестиваль территориального маркетинга и брендинга OPEN. В 2010 г. эксперты компании совместно со специалистами Открытого Университета Великобритании провели анализ ситуации, сложившиеся в стране. Исследователи использовали немалое количество маркетинговых инструментов: SWOT-анализ (в контексте имиджа); контент-анализ; экспертное мнение; фокус-групповые исследования; факторизацию (как один из основных методов); инструменты позиционирования (в том числе антогонистического); методику 3D-моделирования сквозной бренд-идентичности. И, как отметила по итогам анализа Жанна Гринюк (в то время возглавлявшая SATIO), в рамках использования последнего метода, было выяснено, что в построении логической цепочки (*имеем*) → (*развиваем*) → (*ценим*) у белорусов наблюдается большой разрыв между «имеем» и «ценим». Было подтверждено, что главное послание белорусов, т.е. наше главное «имеем» - это социально-экономическая стабильность. Причем, это послание не просто проходит через официальные источники, оно присуще большинству белорусов - пусть и «консервативно, но гарантировано». Также в ходе исследования была определена основная ценность представителей Республики Беларусь, а именно - добросовестность и добропорядочность. Что же касается звена «развиваем», было определено, что жители Беларуси открыты к изменениям, пусть и не радикальным, что они ценят инновации. Как итог вышесказанному была сформулирована основная мысль: Беларусь - молодое суверенное государство, ориентированное на человека, стабильное, открытое к изменениям.

Не смотря на отсутствие конкретного результата – создания бренда страны и разработки четкой стратегии позиционирования Беларуси, нет сомнений в том,

что Беларусь вступила в стадию разработки собственного бренда и стратегии продвижения территории. Правда, действия заинтересованных организаций пока разрознены и не имеют единого центра и единой стратегии.

УДК 658.4

### Логистическое моделирование для субъектов хозяйствования

Гуцев Ю.В.

Белорусский национальный политехнический университет

Применение статической детерминированной модели оптимизации запасов без дефицита позволит минимизировать суммарные затраты на создание и хранение запасов. Пусть  $n$  – размер партии,  $ts$  – интервал времени между запусками в производство партий,  $R$  – спрос за все время планирования  $T$ , тогда  $R/n$  – число партий за время  $T$ , интервал времени между запусками в производство будет равен:

$$ts = \frac{T}{R/n} = \frac{T \times n}{R}.$$

Если интервал времени  $ts$  начинается, когда на складе имеется  $n$  изделий, и заканчивается при отсутствии запасов, тогда  $0,5n$  – средний запас в течение  $ts$ ,  $0,5C_1 ts$  – затраты на хранение в интервале  $ts$ . Общая стоимость создания запасов в течение времени  $ts$  будет равна сумме затрат на хранение и стоимости запуска в производство:

$$Q = 0,5 \times n \times C \times ts + Cs,$$

где  $C$  – затраты на хранение единицы сырья,  $Cs$  – стоимость запуска в производство

Полная стоимость создания запасов представляет собой произведение общей стоимости создания запасов в течение времени  $ts$  на количество партий за это же время:

$$Q = (0,5 \times n \times C \times ts + Cs) \times \frac{R}{n},$$

$$Q = (0,5 \times n \times C \times \frac{T \times n}{R} + Cs) \times \frac{R}{n},$$

$$Q = 0,5 \times n \times C \times T + Cs \times \frac{R}{n}.$$

Члены в правой части уравнения представляют собой полную стоимость хранения и полную стоимость заказа в производстве все партий. С увеличением размера партии первый член возрастает, а второй убывает. Решение задачи управления запасами состоит в определении такого