

- 1) Показатели, связанные с использованием информационных ресурсов;
- 2) показатели, связанные с улучшением организации управления;
- 3) показатели, связанные с улучшением организации труда;
- 4) показатели, связанные с улучшением организации производства;
- 5) показатели, связанные с повышением творческой активности работников.

Итак, информационные ресурсы имеют большое значение в функционировании предприятия. Информация, обладающая высокими качественными характеристиками, при её эффективном применении повышает конкурентоспособность предприятия, эффективность его работы, увеличивает его место и статус на соответствующем рынке.

Список литературы

1. Управление экономическими системами. Электронный научный журнал [Электронный ресурс] / Механизм развития интеллектуального капитала региональных и промышленных предприятий. – Режим доступа: <http://www.uesc.ru>, свободный. – Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

2. Seytuw49.ru [Электронный ресурс] / Оценка изменения и использования промышленного потенциала промышленного предприятия. – Режим доступа: <http://seytuw49.ru>, свободный. – Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

АССОРТИМЕНТНАЯ ПОЛИТИКА

Капустенко И.С., Зорина Т.П.

*Комсомольский-на-Амуре государственный
технический университет, Комсомольск-на-Амуре,
e-mail: irina_kapustenko@mail.ru*

Наиболее эффективное удовлетворение спроса становится основной задачей предприятия в современных условиях рыночной конкуренции. Рынок определяет спрос на определённый ассортимент. Поэтому для схожих предприятий ассортимент является ключевым элементом в конкурентной борьбе. Грамотное формирование оптимального ассортимента обеспечит почву для продуктивной деятельности предприятия, будет способствовать сохранению желаемой прибыли.

Ассортиментная политика – один из главных элементов конкурентной стратегии предприятия. В определении товарной номенклатуры с учётом ряда принципов, возможностей и ограничений заключается суть ассортиментной политики. В зависимости от изменений на рынке встаёт вопрос о корректировке ассортимента продукции. Решение принимают продавец и поставщик индивидуально для каждой ситуации.

Ассортиментная политика предполагает проведение маркетинговых исследований для выявления товаров имеющих наибольший спрос. На основе этих исследований формируется оптимальный набор продукции. Выделяют следующие факторы, влияющие на формирование ассортимента:

- 1) Общие факторы: спрос; рентабельность.
- 2) Специфические факторы: сфера деятельности предприятия; специализация предприятия; возможности производства и импорта; состояние материально-технической базы предприятия.

Основой для выбора ассортиментной стратегии должны являться оценка изменений денежных потоков, вследствие изменения ассортимента, а также перспективы состояния денежных потоков.

Любое расширение ассортимента обязательно влечет за собой рост расходов. Кроме того, производитель должен принять определённые решения относительно товарного ассортимента.

Со временем фирма обычно расширяет свой товарный ассортимент. Существует два способа для расширения товарного ассортимента: наращивание или насыщение.

1. Наращивание товарного ассортимента. Наращивание ассортимента происходит тогда, когда фирма выходит за пределы того, что производит в настоящее время.

2. Насыщение товарного ассортимента. Увеличение товарного ассортимента за счет добавления новых моделей в его существующих рамках.

Причины, по которым прибегают к насыщению ассортимента:

- 1) Получение дополнительной прибыли;
- 3) Задействование неиспользуемых производственных мощностей;
- 4) Стремление стать лидирующей фирмой с исчерпывающим ассортиментом;
- 5) Ликвидация пробелов с целью недопущения конкурентов.

Для того чтобы потребители не оказались сбиты с толку из-за перенасыщения ассортимента и фирма не лишилась прибыли, при создании нового товара необходимо убедиться, что новинка существенно отличается от уже имеющихся моделей, иначе это приведёт к подрыву сбыта товаров друг другом.

Если фирма выпускает несколько товарных ассортиментных групп товаров, то говорят о товарной номенклатуре. Товарная номенклатура – совокупность всех ассортиментных групп товаров, предлагаемых покупателям на определённых рынках.

Система формирования ассортимента:

1. Определение текущей и перспективных потребностей потребителей, анализ способов использования продукции и особенностей покупательского поведения на различных рынках;
2. Оценка конкурирующих товаров;
3. Оценка собственных товаров с позиции потребителя;
4. Принятие решения о добавлении или исключении товаров из ассортимента.
5. Анализ предложений о создании новых товаров, усовершенствовании существующих;
6. Поиск новых областей и способов применения товаров;
8. Разработка новых или улучшение уже существующих товаров в зависимости от спроса;
9. Изучение возможностей производства товаров;
10. «Полевые» испытания продукции;
11. Разработка рекомендаций по производству, упаковке, цене и сервису;
12. Анализ рентабельности.

После оценки качества показателей товаров на каждом из рынков необходимо изъять нерентабельные товары. При этом необходимо учитывать объединённую информацию со всех рынков, где они реализуются, чтобы установить реальный объём продаж и уровень экономической эффективности в динамике, которые обеспечивают изготовителю каждый из его товаров. Изыматься могут товары, морально устаревшие и экономически неэффективные, хотя и, возможно, пользующиеся некоторым спросом. Главный вывод из выше сказанного относительно своевременного изъятия товара из ассортимента состоит в том, что изготовитель должен организовать систематический контроль за поведением товара на рынке, за его жизненным циклом. Только при таком условии будет получена полная и достоверная информация, позволяющая принимать верные решения.

Необходима разработка ассортиментной концепции, чтобы сориентировать предприятие на выпуск

товаров, наиболее полно соответствующих структуре и разнообразию спроса.

Формирование ассортиментной политики можно считать доминирующим элементом внутреннего управления. От правильности принимаемых решений по формированию ассортиментной политики во многом зависит будущее функционирование и развитие предприятия.

МАТЕМАТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ФУНКЦИИ ИНВЕСТИЦИЙ КЛЕЙНА НА ПРИМЕРЕ ШВЕЙЦАРИИ

Киселев А.В.

*Финансовый Университет при Правительстве РФ,
Москва, e-mail: kiselevartemiy.v@gmail.com*

Econometrics is a field of economics that concerns itself with the application of mathematical statistics and is a tool of statistical inference to empirical measurement of relations postulated by economic theory. Thus, it helps analyzing various economic phenomena, forecast their development and predict future fluctuations. The purpose of this work is to analyze the Klein's Investment function. And can it be used to analyze the investments in Switzerland. And understand how if there is any influence on investment from GDP and Interest rate. The initial equation of the Klein's Investment function looks like this:

$$I_t = a_0 + a_1 Y_t + a_2 r_t + \varepsilon_t$$

In this research work I have constructed econometric models of this function for the analysis of the Gross capital formation formerly gross domestic investments and the influence of GDP and Interest rate on its value.

The Initial form of our model that we estimate in this work is:

$$\begin{cases} Y_t = a_0 + a_1 X_{1t} + a_2 X_{2t} + \varepsilon_t \\ E(\varepsilon_t) = 0 \\ \sigma(\varepsilon_t) = \text{const} \end{cases}$$

Where,

Y – is the Gross Capital Formation or just Gross domestic investment. That can be defined as outlays on additions to the fixed assets of the economy plus the net changes in the level of the inventories.

X_1 – is Gross Domestic Product that is defined by OECD as an aggregate measure of production equal to the sum of the gross values added of all resident institutional units engaged in production (plus any taxes, and minus any subsidies, on products not included in the value of their outputs).

X_2 – is interest rate is the rate at which interest is paid by a borrower (debtor) for the use of money that they borrow from a lender (creditor). Specifically, the interest rate (I/m) is a percentage of principal (P) paid a certain number of times (m) per period (usually quoted per year). For example, a small company borrows capital from a bank to buy new assets for its business, and in return the lender receives interest at a predetermined interest rate for deferring the use of funds and instead lending it to the borrower. Interest rates are normally expressed as a percentage of the principal for a period of one year.

With the help of Correlation matrix observes the relations between all the variables. The strongest relation is between Investment and GDP, we can easily determine it because their correlation is close to 1. In economic sense it means that when the GDP is growing the all welfare of the country increases and provide more preferable condi-

tions for investment that why it also increase, or vice versa when we increase the investment in country it can have a positive influence on GDP. The relation between Investment and Interest rate is not so strong, as we can see in the matrix their correlation is close to 0,5, and have the negative influence because of the mines before the numbers. This negative relation in explained that when the interest rate is increases less people want to make investments, that why it fall. Correlation matrix is a very useful tool, because not only can it tell the relationship between exogenous and endogenous variable, but it shows the dependence between each variable in response to all others presented in the matrix.

Further we can analyze our problem by regression analysis. Regression explores the linear relationship between the dependent variables (I_t) and independent variables (Y_t, r_t). Using these results we check our model.

The first test is R-test. R^2 in the linear regression shows what extend of the variations of the dependent variable are explained by the model. The result shows that R^2 is equal to:

Switzerland: $R^2 = 0,991$

R^2 regression is more than 0,9, which means that more than 99% of all variations of the dependent variables are explained by the independent variables included in the model and only near 1% are the results of the other sources such as random error or variables not included in the model.

Next test is F-Test. In F-test, F critical was calculated by estimating the degree of freedom (regression df and residual df) and observation parameters. F critical should be compared to F calculated in a model by Excel. If the result of this comparison is $F_{\text{calculated}} > F_{\text{critical}}$, then determination coefficient R^2 is not random and thus, the model has a good quality of specification.

Switzerland: $F = 976,061 > 6,11$

As the F-stat is higher that F-crit we can conclude that R-square is not random and the quality of specification of our econometric models is high.

Another test is T-test which helps us to determine if estimated coefficients are significant or not. First of all we need to calculate T-crit and compare with T-stat.

Switzerland:

$\text{Stat} Y = 4,089 > t\text{-crit}$ coefficient is significant

$\text{Stat} X_1 = 38,355 > t\text{-crit}$ coefficient is significant

$\text{Stat} X_2 = 4,00555 > t\text{-crit}$ coefficient is significant

Now we can make the conclusion that only in Switzerland all variables are significant.

In order to check that standard deviation of the disturbance term is constant, Which means that residuals are homoscedastic and there is no overestimation of the model results, we need to pass GQ test. For implementing the GQ-test, all data must be sorted in ascending order of addition absolute values of X_s . Then the sorted data is divided into distinct data sets and they are analyzed respectively. Regression models are built for separate data sets, in a similar way as for the initial model. It is clear, that F critical is calculated again for new data sets and this value is compared to GQ and $1/GQ$ values. It is important to understand, that $GQ = ESS1$ (ESS of a model for new data set 1) / $ESS2$ (ESS of a model for new data set 2).

To check this conditions we should calculate F-crit of GQ and compare with $ESS1/ESS2$ and $RSS2/RSS1$.

Switzerland

ESS1/ESS2	0,965
ESS2/ESS1	1,035
Fcrit	2,784

After the analysis of the result we can see that GQ test is passed ($F_{\text{crit}} > GQ; F_{\text{crit}} > 1/GQ$) and it means that re-