

онной деятельности как фактора конкурентной борьбы на внутреннем и внешнем рынках;

- развитие предпринимательства в инновационной деятельности - сети малых предприятий как формы инициативной инновационной деятельности в регионе;

- формирование региональной инновационной инфраструктуры как базы обеспечения инновационной деятельности и содействия становлению малого инновационного бизнеса в строительной отрасли.

В нашей стране преимущественно применялась административно-хозяйственная форма на предприятиях, научно-производственных объединениях. Программно-целевая форма получила развитие на государственном, отраслевом и частично на региональном уровнях управления. Практически не применялась кооперативно-целевая и полностью отсутствовала инициативная формы. Введение рыночных отношений расширяет поле инновационной деятельности, состав ее форм. Положительная роль рынка для инновационной сферы должна состоять в повышении ее значимости, введении экономических стимулов скорейшего доведение научных достижений до практики, воплощении в новые технологии и продукцию, пользующиеся спросом на рынке.

Литература

1. "Научно-инновационная сфера в регионе: проблемы и перспективы развития." Санкт-Петербург. "Наука". 1996.- 196 стр.
2. Молчанов Н. Н. "Инновационный процесс: организация и маркетинг". - Санкт-Петербург: издательство СПбГУ. 1995. - 144 стр.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИКИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПО ПРОИЗВОДСТВУ СТРОИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ

Кульгавчук Л.В.

В условиях рыночных отношений центр экономической деятельности перемещается к основному звену - предприятию. Именно на этом уровне создается нужная обществу продукция, оказываются необходимые услуги. На предприятии сосредоточены наиболее квалифицированные кадры. Здесь решаются вопросы экономного расходования ресурсов, применения высокопроизводительной техники, технологии. На предприятии добиваются снижения до минимума издержек производства и реализации продукции. Разрабатываются бизнес-планы, применяется маркетинг, осуществляется эффективное управление - менеджмент.

В условиях рыночной экономики выживет лишь тот, кто наиболее грамотно и компетентно определит требования рынка, создаст и организует производство продук-

ции, пользующейся спросом, обеспечит высоким доходом высококвалифицированных работников. Велика в этом роль научного подхода к организации производства.

С 1992 года в отрасли строительство введен нормативный метод ценообразования, позволяющий от усредненных норм перейти к реальным затратам. Следуя данному примеру, промышленность строительных материалов и стройиндустрии Республики Беларусь также перешла на нормативный метод ценообразования для продукции массового производства.

Основой данного метода является создание нормативной базы, представляющей собой комплекс прогрессивных трудовых и материальных норм и нормативов на единицу каждого вида выпускаемой продукции по каждой статье расходов в натуральном выражении, в рублях или процентах. Показатели базы являются величинами постоянными и изменяются только в случае, если меняется технологический процесс производства или обоснованно изменены соответствующие нормы и нормативы. При необходимости и соответствующем обосновании нормативы, выраженные в процентах, и рублях уточняются ежегодно.

Перед тем, как создать нормативную базу, необходимо выбрать для нее базисный период, который должен быть единым для всех элементов и статей затрат. Это связано с последующей индексацией элементов затрат в связи с изменением цен, связанным с инфляционными процессами.

Основным принципом выбора базисного периода является более стабильная экономика в этот период, в том числе и в области ценообразования. Базисный период может быть принят и на момент составления первой калькуляции по предлагаемой методике.

Отпускные цены рассчитываются исходя из годового объема производства, среднегодовой себестоимости продукции, нормативной базы в ценах на материальные и топливно-энергетические ресурсы, оплату труда и транспортные услуги, действующие на дату формирования цены.

Цена, как правило, рассчитывается исходя из индивидуальной себестоимости на соответствующий вид продукции. Это относится к тем видам продукции, которые в соответствии со стандартами имеют индивидуальные потребительские свойства и качественные характеристики. Для этих видов продукции устанавливаются только к ним относящиеся расходы сырья, материалов, топлива, энергии, трудовых затрат на единицу продукции.

В таких случаях калькулируется индивидуальная себестоимость и определяется индивидуальная цена. К таким видам продукции относятся железобетонные изделия и конструкции, металлоконструкции, гипсобетонные изделия и т.д. Наряду с этим, некоторые виды продукции в соответствии со стандартами имеют различные качественные характеристики по маркам, сортам, фракциям. При этом себестоимость каждой марки, сорта или фракции определить невозможно.

Для решения этой задачи калькулируется средняя себестоимость и определяется средняя цена, а на ее основе - цены по маркам, сортам, фракциям.

Предлагается два варианта определения цен:

- определение цен, если на продукцию по стандартам установлены марка (сорт);
- определение цен, если на продукцию по стандартам установлены марка и фракция.

Первый вариант может быть использован для определения цен на кирпич и камни керамические, кирпич и камни силикатные, известь, гипс и другие виды продукции.

Основой для расчета цен является средняя себестоимость и определенная на ее основе средняя цена, коэффициенты дифференциации цен по маркам (сортам) и объема выпуска продукции по маркам (сортам).

Второй метод отличается от первого тем, что на продукцию устанавливается два коэффициента дифференциации цен по маркам и фракциям.

В условиях жесткой конкуренции, применение метода нормативного ценообразования позволит предприятиям-изготовителям мгновенно реагировать на требования рынка путем повышения (уменьшения) цен на некоторые марки (сорта, фракции) материалов, которые по своим потребительским свойствам пользуются повышенным (ограниченным) спросом, а это позволит, в конечном итоге, получить максимально возможной доход.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В СТРОИТЕЛЬСТВЕ

Радчук А.П.

В настоящее время стало очевидным, что для создания рыночной инфраструктуры необходимо проведение децентрализации общественного производства в республике, резкое увеличение хозяйствующих субъектов. Ликвидация государственного монополизма будет возможна только при создании необходимых условий для развития высокопроизводительной малой экономики, оперативно и гибко реагирующей на требования научно-технического прогресса. Именно свободное предпринимательство, основанное на малом бизнесе, служит основой для качественных изменений общественной системы производства при переходе к рынку. Проблема развития малого бизнеса стала ключевой в системе мер по преодолению кризиса в экономики.

Малое предприятие - важнейший элемент рыночной структуры, наиболее гибкая и динамичная форма развития предпринимательской деятельности. Создание сети малых предприятий является необходимым условием формирования экономической среды, благоприятствующей возникновению конкуренции товаропроизводителей, развитию рыночных отношений, противодействию монополизму в производстве и других сферах деятельности. Именно малые предприятия способны быстро реагировать на изменение потребительского спроса, они наиболее восприимчивы к техническим новинкам, обеспечивают быструю окупаемость затрат. Не являясь какой-то новой структурой хозяйствования, они в значительной степени оказывают воздействие на становление всех хозяйственных форм.