

7%). Систематически растет заинтересованность инвесторов в получении кредита на термическую модернизацию и премии от ее реализации. Достигнуто это могло быть благодаря участию в поиске наиболее эффективных вариантов модернизации от 500 до 600 энергетических аудиторов. При чем, эти специалисты часто также задействованы при других термических модернизациях, в том числе финансируемых за счет Фондов охраны окружающей среды. Подтверждается хотя медленное, но систематическое улучшение качества документации подаваемых заявок. За весь период существования программы отрицательную оценку получили около 11,1% заявок а 10,9% заявок находятся в оценке или исправлении [3], по отношению к 40% в первом году её функционирования. Интерес к программе, стимулирующей мероприятия по энергетической эффективности, постепенно растет. Увеличивается количество поступающих заявок и выплаченных премий. Повышение заинтересованности программой связано с принятием более выгодных условий для инвесторов, ростом цен на энергию, а также проводимой рекламной и образовательной акцией. Улучшается качество энергетических аудитов, а требование их выполнения появляется все чаще в случае других модернизаций, связанных с энергосбережением или охраной окружающей среды. Существует необходимость дальнейшего улучшения технической стороны и области применения аудитов.

Литература:

1. Marcinkowska I.: Wpływ zmiany sposobu zarządzania nieruchomościami na zainteresowanie inwestycjami termomodernizacyjnymi w wielorodzinnym budownictwie mieszkaniowym. Budownictwo o zoptymalizowanym potencjale energetycznym. Politechnika Częstochowska, Częstochowa 2004.
2. Уйма А.: Основные принципы энергосберегающих действий в строительстве. Zagadnienia współczesnego budownictwa energooszczędnego o zoptymalizowanym zużyciu potencjału energetycznego, Politechnika Częstochowska, Częstochowa 2003.
3. Stan realizacji systemu wspierania termomodernizacji. Biuletyn Poszanowania Energii, Zrzeszenie Audytorów Energetycznych nr 5(41) 2004.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАТРИЧНЫХ МОДЕЛЕЙ В ПРОЦЕССЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

О.Г.Черненко

БГЭУ, г.Минск, Республики Беларусь

Вопрос моделирования деятельности предприятия с целью выделения ключевых бизнес-процессов является основным для подавляющего числа отечественных фирм, оказавшихся перед необходимостью реформирования своей деятельности.

В теории существует три основных подхода по формированию моделей бизнес-процессов:

1. Подход, ориентированный на подробное описание последовательности действий, проводимых работниками, для достижения результата.

Нашел отражение в модели Oracle Business Models. Отражает последовательность абстрактных операций условного предприятия с указанием логических операторов. Локализовав ОВМ модель, менеджер получает сбалансированное описание бизнес-процессов в едином формате, соответствующем идеологии Oracle;

2. Подход, позволяющий провести синтез бизнеса компании и сгруппировать работы. Особенностью такого подхода является выделение процессов по результатам деятельности;
3. Подход, рассматривающий процессы как последовательный вклад в создание продукта, предназначенный для поиска конкурентного преимущества. Основывается на описанной М.Портером цепочке создания ценности, в которой выделяются основные бизнес-процессы, обеспечивающие операционный цикл производства продукта и выполняющиеся последовательно, и поддерживающие бизнес-процессы, обеспечивающие функционирование бизнес-системы и сопровождающие создание продукта на всем его протяжении.

В последнее время все большую популярность приобретает подход, построенный на рассмотрении предприятия как объекта экономических взаимоотношений, потребляющего и производящего не только продукты или услуги, но и ценность. Эта модель предполагает описание бизнес-системы как элемента макросреды, обладающего внешними и внутренними характеристиками, определяющими систему управления как совокупность сочетаний подсистем (как работ, сгруппированных по предмету деятельности) и бизнес - процессов (как последовательностей работ, сгруппированных по результатам активности бизнес-системы по отношению к внешней среде).

Такой подход к моделированию позволяет в качестве результата получать как процессные (горизонтальные), так функциональные (вертикальные) и матричные (проектные) организационные структуры. Гибкость применяемой модели позволяет в результате организационного проектирования на базе "Матричной модели" получить управленческие структуры в виде, наиболее приемлемом для достижения конкретных целей и задач, стоящих перед каждым конкретным направлением деятельности. Объединенные в единую бизнес-систему направления деятельности формируют таким образом уникальную организационную структуру, нацеленную на решение Главной стратегической цели предприятия.

В рамках Матричной модели предприятие рассматривается как элемент макросреды, взаимодействующий с двумя ее элементами - рынком покупателей и рынком поставщиков. Предприятие реагирует на "маркетинговое событие" (спрос, потребность, и т.д.) на рынке покупателей и формирует "маркетинговое событие" на рынке поставщиков, выступая для поставщика как элемент его уникального Рынка покупателей. Ресурсы, полученные предприятием на рынке поставщиков, преобразуются (перерабатываются) предприятием в течение производственного процесса в продукт (товар или услугу), несущий в себе некую ценность, востребованную на рынке покупателей.

Для адекватной реакции предприятия на рыночные события на рынке покупателей и формирования рыночного события на рынке поставщиков, системе необходимы две основные подсистемы:

- Продуктовая (производственная) подсистема, реагирующая на рыночные события на рынке потребителей;
- Ресурсная подсистема, обеспечивающая продуктивную необходимыми ресурсами и вызывающая рыночные события на рынке поставщиков.

Ресурсная и производственная системы нормально развивающегося предприятия находятся в равновесном состоянии, одновременно поддерживая и ограничивая друг друга. Все бизнес-процессы компании протекают в этих системах, обязательно имея на своей границе (начало, конец или и то и другое) взаимоотношения с макросредой.

Основное отличие модели - введение понятия "ценность" как суммы потребительских качеств, воспринимаемых рынком. Бизнес-процессы характеризуются маркетинговыми событиями (спрос и предложение) на границах бизнес-системы, что позволяет в рамках моделирования реализовывать концепции "тотального маркетинга" и "маркетинга-микс" для реально действующих предприятий.

Литература:

1. Портер М. Конкуренция, - М.: Вильямс, 2003 г., 496 стр.
2. А.И.Кочеткова Введение в организационное поведение и организационное моделирование, - М.: Дело, 2003 год
3. Маклаков С.В. Моделирование бизнес-процессов с AllFasion Process Modeler, - М.: Диалог-МИФИ, 2003 год

АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ И ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ

А. Б. Шока

*УО «Гродненский государственный университет им. Я. Купалы»,
Республика Беларусь*

Институт экономической несостоятельности (банкротства) уже год претерпевает существенную трансформацию. Первые результаты изменений, связанные, прежде всего, с появлением Указа Президента от 12.11.2003 г. №508, в значительной мере подтверждают высказываемые специалистами опасения по поводу дальнейшего функционирования этого института:

- сокращается количество дел о банкротстве. За шесть месяцев 2003 г. в хозяйственные суды поступило 610 заявлений о банкротстве предприятий, за весь 2003 г. – 1191, что на 18% меньше, чем в 2002 г., а за первые шесть месяцев текущего года – только 310, то есть в 2 раза меньше, чем за первое полугодие 2003 года. [2] И причиной этого является не столько уменьшение количества убыточных предприятий, сколько значительное усложнение применения процедуры банкротства;