

УО «БРЕСТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ЧЕНСТОХОВСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
МОСКОВСКИЙ ИНСТИТУТ КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА И СТРОИТЕЛЬСТВА
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ УКРАИНЫ
«КИЕВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ»
при поддержке белорусско-польского центра помощи предпринимательству «СБЛИЖЕНИЕ»



ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

**Материалы международной
научно-практической конференции,**

посвященной 10-летию
экономического факультета

*Брестского государственного
технического университета*

Брест 2005

В сборник вошли материалы международной научно-практической конференции, организованной на базе Брестского государственного технического университета. В материалах конференции рассматриваются проблемы повышения эффективности предприятий современных условиях. Раскрываются проблемы менеджмента и маркетинга, инвестиционной и инновационной деятельности, организации учета и внешнеэкономической деятельности, даются конкретные предложения по их решению. В материалах рассматриваются различные подходы к решению экономических проблем, используемые в различных странах.

Рецензент:

Иваровский Павел Никитич, зам. управляющего строительного треста № 8 по экономике, к.э.н., профессор

Редакционная коллегия:

Паелючук Ю.Н. зав. кафедрой менеджмента Брестского государственного технического университета, д.т.н., профессор

Рубахов А.И. д.т.н, д.э.н., профессор кафедры мировой экономики, маркетинга и инвестиций Брестского государственного технического университета

Герасимчук В.И. декан факультета менеджмента и маркетинга Национального технического университета Украины КПИ, д.э.н., профессор

Радчук А.П. декан экономического факультета БГТУ, кандидат технических наук, профессор

Кивачук В.С. зав. кафедрой бухгалтерского учета, анализа и аудита Брестского государственного технического университета, к.э.н.

Омельянюк А.М. зав кафедрой экономической теории Брестского государственного технического университета, к.э.н.

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В БГТУ, ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ

А.П. Радчук

*УО «Брестский государственный технический университет»,
Республика Беларусь*

В конце 80-х и начале 90-х годов, когда начали появляться ростки рыночных отношений, когда начало развиваться предпринимательство, бизнес, когда на многих государственных предприятиях потребовалась реструктуризация, возникла острая необходимость в экономистах, управленцах, бухгалтерях, маркетологах, обладающих современными знаниями. Таким образом, переход к рыночным отношениям потребовал существенных преобразований в области подготовки кадров для работы на создающихся малых и средних предприятиях, преобразуемых крупных организациях. Жизнь потребовала от учебных заведений, чтобы они начали подготовку специалистов с новыми качествами, умеющих быстро ориентироваться в постоянно меняющейся среде, то есть рынок потребовал кардинальных изменений не только в экономике и управлении народным хозяйством, но и серьезных преобразований в образовании. В те годы создалась большая образовательная ниша, которую стали быстро заполнять вновь создаваемые высшие учебные заведения негосударственной формы собственности. Только в г. Бресте в течение трех лет было открыто шесть филиалов Минских и Московских негосударственных вузов, таких как филиал института современных знаний, филиал коммерческого института управления, филиал академии парламентаризма и др. В то время важное стратегическое решение было принято тогда еще Брестским политехническим институтом об открытии первой экономической специальности «Коммерческая деятельность» специализация «Строительство». В 1994 году при очень высоком конкурсе было принято две группы студентов, которые начали обучаться на строительном факультете. В связи с тем, что у студентов, которые оказались на экономической специальности, была своя специфика учебных планов, рабочих и учебных программ потребовались новые структурные подразделения, которые бы организовывали и координировали работу. Так возникла необходимость открытия экономического факультета и создания новых кафедр, и 1 февраля 1995 года такой факультет был создан. На первых порах экономический факультет объединял четыре кафедры, две из которых были гуманитарного профиля и две специальные. За десять лет факультет вырос и сильно изменился. Если начали мы работать со 180 студентами, то в настоящее время у нас обучается 1390 студентов, около 1000 из которых занимаются на платной основе. В настоящее время студенты-экономисты обучаются на шести специальностях, кроме указанной, за эти годы открыты такие специальности, как «Маркетинг», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Мировая экономика», «Финансы и кредит», «Экономика и управление на предприятиях».

Столь бурный рост потребовал принятия серьезных мер в кадровой политике, укреплении материально-технической базы и др.

В настоящее время на факультете 7 кафедр, три из которых выпускающие. На большинстве кафедр созданы современные компьютерные классы. В университете создана библиотека экономической и общественно-политической литературы, в которой насчитывается более 65 тыс. экземпляров, выписывается 78 журналов и газет по экономическим и юридическим вопросам. В университете и на факультете были созданы благоприятные условия для повышения квалификации кадров. За эти годы семь наших преподавателей (Головач Э.П., Высоцкий О.А., Рубахов А. Н., Павлючук Ю.Н., Бобко Ф.А., Стрелец М.В., Мешайкина Е.И) защитили докторские диссертации, восемнадцать защитили кандидатские диссертации, в том числе пять наших выпускников (Куксюк И.Н., Омелянюк А.М., Каленюк П.В., Козинец М.Т., Белевец Н.Н.). Около 30 молодых преподавателей обучается в аспирантуре. Сегодня на факультете работает более 130 преподавателей, около половины из которых со степенями и званиями.

За эти годы факультет создал хорошие связи с некоторыми зарубежными вузами. Подписаны договора и осуществляется активное сотрудничество с Ченстоховской политехникой, Варшавской высшей менеджерской школой, Киевским национальным техническим университетом, Московским институтом коммунального хозяйства и строительства и др. В рамках сотрудничества осуществляется обмен студентами, проведение совместных конференций, издание совместных сборников трудов и т.д.

Ежегодно кафедры факультета являются организаторами 2-3-х международных конференций. Очередная международная конференция по проблемам эффективности работы предприятий состоится 24-25 февраля 2005 года.

В настоящее время репутация факультета достаточно высокая. Это подтверждается высокой конкурентоспособностью, об этом говорят высокие конкурсы при поступлении на факультет, а также приток студентов к нам из других вузов (ежегодно рассматриваются десятки заявлений о переводе к нам).

За десять лет работы на факультете уже подготовлено 1292 экономиста с разным профилем, многие из которых уже работают ведущими специалистами, руководителями экономических служб, предприятий области. Некоторые из выпускников создали свой бизнес, успешно реализуя те замыслы, которые были у них во время учебы.

Открытие экономического факультета послужило толчком дальнейшего развития экономического образования, но уже в других формах. Несколько экономических специальностей были открыты на заочном факультете. В 1998 году был открыт институт повышения квалификации и переподготовки кадров, где переподготовка ведется по экономическим специальностям. В настоящее время в нашем университете на экономи-

ческих специальностях (с учетом различных форм обучения) одновременно учатся более 4300 студентов.

Говоря о перспективах развития, факультет их видит, прежде всего, в улучшении качества подготовки специалистов. Это очень важно, прежде всего, из-за возрастающей конкуренции на рынке образовательных услуг.

Мы стремимся, чтобы работа на факультете была поставлена таким образом, чтобы студент в процессе обучения, кроме получения необходимых знаний по выбранной специальности, мог получить необходимые навыки, которые ему пригодятся на предприятии. У будущего экономиста должны быть развиты элементы творчества, он должен предвидеть следствие своих решений. Исходя из этого строится учебный процесс так, чтоб развивать элементы творчества, чтобы у выпускников было стремление к саморазвитию и самосовершенствованию.

В будущем факультет будет продолжать работу по открытию новых специальностей и специализаций исходя из запросов рынка, это в свою очередь потребует создания новых кафедр. Время показало, что факультет обладает хорошим кадровым потенциалом, имеет необходимую материально-техническую базу. Это подкреплено энтузиазмом, творчеством многих преподавателей и сотрудников и постоянной поддержкой со стороны ректора. Все это говорит о хороших перспективах развития.

МОНИТОРИНГ КАЧЕСТВА МЕТАЛЛОПРОКАТА КАК ПОДСИСТЕМА МАРКЕТИНГА ПРЕДПРИЯТИЯ

Х. Дья, В.К. Потемкин, О.С. Хлыбов, А.М. Галкин
Ченстоховская Политехника (г. Ченстохова, Польша)

Московский государственный институт стали и сплавов (Москва, Россия)
1. Введение.

Являясь одним из важнейших переделов черной металлургии, листпрокатное производство (ЛПП) отражает общие черты нынешней ситуации на внутреннем и внешнем рынке металлов [1-3]. С одной стороны, черная металлургия – это одна из самых экспорториентированных отраслей российской экономики. С другой стороны, структура российского экспорта стали остается невыгодной, поскольку наибольшую ее часть составляют полуфабрикаты. Реально конкурентоспособно на мировом рынке металлов сейчас всего 12-15% продукции черной металлургии России. Это в значительной степени связано с уровнем технических и качественных показателей готового проката.

Если с технологической точки зрения проблема управления качеством металла изучена достаточно подробно, то задача разработки подсистемы мониторинга качества (ПМК) требует создания автоматизированного контроля и управления качественными показателями продукции.

2. Основные задачи, решаемые с помощью ПМК.

В соответствии с современными концепциями маркетинга наибольшего успеха в плане повышения конкурентоспособности производства позволяет добиться маркетинговая стратегия, ориентирующая на постоянное повышение качества продукции.

Такой подход отвечает тенденциям современной технологии бизнес-реинжиниринга (Business Process Reengineering – BPR). С точки зрения построения подсистемы мониторинга качества ЛПП требования технологии BPR означают прежде всего необходимость сбора и анализа информации о качестве металлопроката на различных этапах технологии его получения. Достижение на такой основе постоянства качественных характеристик продукции, их однородности внутри каждой плавки, партии, рулона выступает как часть маркетинговой стратегии и текущего момента. Благодаря ПМК появляется возможность своевременно осуществлять переназначение партий металла по коммерческим заказам и контролировать технологический процесс так, чтобы параметры качества оставались в пределах заданных допусков.

ПМК должна охватывать одновременно внутренние и внешние источники информации, т.е. относящиеся как к самому ЛПП, так и к рынку листопрокатной продукции. Это необходимо для реализации логистики в самом производстве, точного выполнения плана поставок, для принятия оперативных решений по заказам и сбытовым операциям и в целом для формирования и реализации маркетинговой стратегии.

К основным задачам, решаемым ПМК холоднокатанной листовой стали, относятся:

- выдача исчерпывающей информации по анализу состояния качества определенного вида продукции и его стабильности;
- прогноз уровня качества готовой продукции по данным производства полуфабриката на последовательных технологических стадиях производственного процесса;
- контроль точности предлагаемых подсистемой прогнозов с учетом технологических возможностей действующих агрегатов;
- предложения по оптимальному варианту исполнения коммерческих заказов на металлопродукцию с учетом полученной информации по качеству металла;
- изменение целевой функции оптимизационных задач в зависимости от текущей рыночной конъюнктуры и специфики заказов на готовую продукцию.

3. Структура ПМК листопрокатного производства.

Основная концепция ПМК продукции ЛПП строится на технологическом подходе к проблеме формирования свойств готового проката. Программная реализация модели прогнозирования качества металла (структуры и механических свойств) реализована с использованием методологии объективно-ориентированного программирования.

Решение задачи контроля и управления качеством металла построено на моделях, сочетающих математическое описание физических процессов и статистический анализ полученных данных. Модели позволяют рассчитывать структуру и механические свойства горячекатанного металла (без проведения механических испытаний) и прогнозировать качественные показатели готового холоднокатанного проката. Именно на стадии горячего передела важнейшей задачей является функция управления (изменения) свойств подката, а на стадии холодного пере-

дела – функция контроля за технологическим режимом обработки и свойствами готового проката.

Информационный поток, который поступает в ПМК извне, можно разделить на пять логически различных составляющих:

- технологические параметры производства конкретной партии продукции на всех основных агрегатах каждого передела;
- параметры качества готовой партии продукции;
- данные по коммерческим заказам и наличию металла на складе готовой продукции;
- данные из базы знаний (БЗ) подсистемы по нормативным требованиям, технологическим инструкциям, спецификациям, регламентам и различным ограничениям;
- данные по поступающим рекламациям, замеченным системой нарушениям технологического процесса, неверно введенным данным, грубым (статистически невозможным) ошибкам в прогнозе качественных показателей.

Программные средства, призванные обеспечить корректную работу подсистемы, разработаны так, чтобы все функции, выполняемые подсистемой, относились к одной из трех групп:

- штатные события, наступающие одно за другим в неизменном порядке с заданной периодичностью;
- события, возникающие при необходимости удовлетворения индивидуальных запросов операторов рабочих мест или лиц, принимающих решения;
- «угрожающие» события, возникающие при определенных стечениях обстоятельств или появлении опасных трендов в изменении показателей качества готовой продукции.

Дополнительную группу образуют события, которые инициируются при возникновении ошибок во внутренних процедурах самой подсистемы. ПМК выводит такие задачи из заиклирования, предотвращает потерю данных и реинициализирует задействованные массивы и переменные.

4. Заключение.

Применение ПМК позволяет использовать одну из наиболее эффективных стратегий маркетинга – стратегию дифференциации продукта, как метод обеспечения заданных потребительских свойств товара в зависимости от требований потребителя. В ситуации явно недостаточных инвестиционных возможностей такой подход обеспечивает снижение уровня издержек производства и конкурентные преимущества выпускаемой продукции.

ЛИТЕРАТУРА

1. Колпаков С.С., Кузнецов С.Б., Филипенко А.В., Потемкин В.К. Маркетинг в листопрокатном производстве – М.: Интермет Инжиниринг 1998. – 293 с.
2. Хлыбов О.С., Пешков В.А., Потемкин В.К. Пластическая деформация сталей и сплавов. – М. МИСиС 1996. с 444 - 449.
3. Кузнецов Л.А., Белянский А.Д., Корнеев А.М. и др. Сталь 1994 №8 с 51-54.

УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ЗНАНИЯ ДЛЯ ИНЖЕНЕРА

В.И.Герасимчук

НТУУ „Киевский политехнический институт”

1. Управление (по отношению к социально-экономической системе) мы рассматриваем как целенаправленное (для перевода системы из одного в другое состояние) воздействие на коллектив специально подготовленных людей. Целенаправленность предполагает, что управленческое решение должно при определенных условиях привести к желаемому результату. Воздействие может носить такую разносторонний, но в рамках общепринятых правил, характер. Касательно „специально подготовленных людей”, то мы делаем акцент на этом лишь по той причине, что в большинстве случаев теоретики менеджмента пишут об отношениях между людьми. Нас учили, что „хороший человек – не профессия” и предприятие объединяет в себе не просто людей, а конструкторов, технологов, нормировщиков, финансистов, бухгалтеров, сбытовиков, представителей множества других профессий. Теперь о „перевод системы из одного состояния в другое”. Желательно, чтобы система переходила в новое, более прогрессивное состояние. Тогда будем иметь дело с „эффективным” управлением в отличие от „неэффективного” управления.
2. И в России, и в Украине в учебных планах зафиксированы дисциплины „Основы менеджмента”, „Маркетинговый менеджмент” и пр., а не „Основы управления организацией”, „Управление маркетингом”. Объясняют, ссылаясь на П.Друкера, что „термин „менеджмент” исключительно труден для понимания”. Поскольку „куда нам ... чай пить”, то это изречение оставим на совести тех, кто лучше знает английский язык, чем русский или украинский.
3. О практике и теории управления. Двое – это уже коллектив. Если же этот коллектив плывет в одной лодке и гребет в одну сторону, то до берега есть шанс добраться, т.е. лодка должна быть управляемой. О практике управления можно говорить со дня появления Евы. Теория управления, на наш взгляд, начинается не с Тейлора, не с Макиавелли, не с Аристотеля, не с Платона, не с Конфуция, не с трактата „Артхашастра”, а с первых летописей. Вот почему одна из организованных нами конференций называлась: „Управление организацией: взгляд сквозь тысячелетия”. В данном вопросе можно воспользоваться „Управленческим континуумом” Клода Ст. Джорджа-младшего.
4. Что положить в фундамент теории управления? Практику управления. Опыт успешного хозяйствования. Могут назвать ряд фамилий практиков, „генералов” производства, которые в течение своей управленческой деятельности довели свои системы до близких к совершенству: В.А.Згурский, В.Н.Орлов, П.А.Шило, В.Ф.Злобин и др. Это – генеральные директора крупнейших киевских предприятий. Имена сродни А.Файолю. Отличие в том, что А.Файоль сумел обобщить свой 46-летний управленческий опыт и написать «Общее и промышленное управление» (1916).

Все операции, какие только встречаются в организациях, А.Файоль разбил на шесть групп: технические (производство, выделка, обработка); коммерческие (покупка, продажа, обмен); финансовые (привлечение средств и распоряжение ими); страхование (страхование, охрана имущества и лиц), учетные (бухгалтерия, калькуляция, учет, статистика и т.д.); администрирование (планирование, организация, руководство, координацию, контроль). Управление организацией мы рассматриваем с позиций единства общих и конкретных функций управления. В центре ядра мы бы разместили административную функцию (по А.Файолю), вокруг нее расположили бы технические, коммерческие, финансовые, страховые и учетные операции (функции).

5. Говоря о фундаменте науки управления, следовало бы напомнить еще о такой экономической категории, как „воспроизводство” – общественное производство, рассматриваемое как непрерывно повторяющийся процесс в неразрывной взаимосвязи с распределением, обменом и потреблением. Подчеркнем, что производство является определяющим по отношению к другим фазам воспроизводства. Экономический потенциал Украины ныне составляет половину от уровня 1991 года. И это напрямую характеризует состояние промышленности.

5. Эффективность управления определяется посредством сопоставления результатов управления и ресурсов, затраченных на его достижение. Если объем затраченных на управление ресурсов посчитать можно, то оценить результаты управления несколько сложнее. Да, возможно посчитать объем реализованной продукции, выручку, прибыльность, рентабельность. А каков удельный вес в этом конечном результате управленцев? Определить можно только с известной долей точности. Опосредованно можно оценить уровень управления с помощью таких показателей: производительность труда, ритмичность производства, уровень качества продукции, своевременность поставок, степень достижения поставленных целей. А морально-психологический климат, текучесть кадров? То есть следует учитывать не только чисто экономическую сторону управленческих процессов, но и организационную, социальную, экологическую составляющие эффективности.

НОВАЯ ПАРАДИГМА СТРОИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

А.А. Гусаков

Московский государственный строительный университет, Россия

Строительная деятельность человека и ее результаты (здания и сооружения) стали испытывать «иммунодефицит»: сотни мелких отдельных сбоев и тысячи их комбинаций все чаще приводят к отказам всей системы строительного объекта и становятся причиной его аварии и разрушения. Происходит это по причине усложнения строительных объектов, их элементов и подсистем и, следовательно, возможного количе-

ства сбоев. Но, с другой стороны, появились в изобилии новые факторы внешнего воздействия, природно-климатические, техногенно-экологические, агрессивно-террористические и т.д. СНиПы и дополняющие их многочисленные нормативные документы, регулировавшие деятельность инженеров, уже не могут учесть всего обилия внутренних и внешних факторов, определяющих прочность, устойчивость, защитную способность строительных объектов.

Парадоксально, но опасными, а не защитными для человека становятся им же созданные здания и сооружения, в которых он живет, работает, проводит свой досуг, где могут собираться скопления людей и, следовательно, создаваться потенциальные возможности трагедий. Устранение такого парадокса, по нашему мнению, можно достигнуть обновлением устаревшей парадигмы (упорядоченного набора предположений, концепций, гипотез, моделей, теорий, то есть совокупности теоретических и методологических предпосылок, например, физика Ньютона) строительной деятельности, включающей проектирование, строительство и эксплуатацию строительных объектов.

Трагическим примером следствий старой парадигмы строительной деятельности является обрушение в Москве железобетонного купола «Трансвааль-парка». Купол опирался на 51 колонну, каждая из которых имела многократный запас прочности. При падении всего одной колонны остальные 50 без труда могли и должны были бы выдержать дополнительную нагрузку. Но этого, вопреки нормальной логике, не произошло и железобетонные конструкции аквапарка обрушились.

Смены старой парадигмы строительной деятельности требует также революция технического нормирования, которая произошла в 2003 г. и отправила в небытие ограничивавшие творчество, а заодно и ответственность, инженеров всевозможные нормы, инструкции, СНиПы. С июля 2003 г. новый Федеральный Закон «О техническом регулировании» приблизил нас к развитым странам и принципиально изменил техническое регулирование, которое было в России последние сто шестьдесят лет со времен Урочного Положения царя, на котором в 1843 году «Собственно Его Императорского Величества рукою написано: «Быть по сему».

По новому закону нормируются только три критерия: 1- защита жизни и здоровья граждан, 2- предупреждение их обмана и 3- охрана окружающей среды. Все остальные нормативные документы, включая большинство СНиПов, стали рекомендательными и подзаконными. А какими методами, расчетными схемами (статически определимыми, неопределимыми и т.д.) и конструкциями (железобетонными, металлическими и т.д.) проектировщики и строители обеспечат соблюдение нового закона – это вопрос инженерной квалификации и уголовной ответственности.

В последние десятилетия понятие проекта значительно расширилось. Развитие всех отраслей и направлений человеческой деятельности осуществляется посредством разнообразных проектов и программ, а

Всемирный Конгресс по управлению проектами в 2003 году в Москве прошёл под девизом «Проектно-ориентированный бизнес и общество». Но по-прежнему в проектной деятельности используется старая парадигма: проект (виртуальный) и объект (реальный) служат своего рода «саркофагом» знаний своих создателей и замирают навечно, как египетские пирамиды. Этой парадигме предстоит, по всей вероятности, в скором будущем уступить место новой парадигме, основанной на принципах работы мозга и организма человека, постоянно самообучающегося и приспособляющегося к воздействиям внешней среды. ***Мышление нового поколения инженеров XXI века и новая парадигма проектной деятельности должны принципиально меняться. Путь этих изменений нами видится в сторону Природы, детьми которой мы все являемся.***

Обширные и многолетние экспериментально-теоретические исследования физиологов и биологов позволили отвоевать у Природы важные секреты деятельности функциональных биологических систем, условные рефлексы которых формируются и управляются опережающим отражением действительности, то есть предвидимыми результатами будущей необходимой деятельности. Эти возможности биологических систем, множество других прекрасных возможностей живых организмов издавна были инженерной мечтой при создании технических функциональных систем.

Адаптация теории функциональных систем (ТФС), разработанной выдающимся российским физиологом П. К. Анохиным, для решения инженерных задач в отрасли строительства, началась в 70-е годы прошлого века [1, 2]. За прошедшие десятилетия ТФС помогла решить многие инженерно-строительные проблемы: сформировать методологию компьютеризации и интеграции строительных систем, теорию организационно-технологической надежности строительства, предложить вероятностные основы его проектирования и осуществления, создать методы решения строительных задач в терминах результата, дать подходы к гомеостату (самосохранению в заданных параметрах) строительных объектов, вплотную подойти к нейроподобным (самообучающимся) проектировочным и строительным процессам и, наконец, к смене парадигм проектной и строительной деятельности.

Главный результат инженерной адаптации ТФС, по нашему мнению, - это создание критериальных основ экспертизы любых инженерных разработок и технических систем: чем больше им удалось приблизиться по своим принципам функционирования к биологическим системам, тем они совершеннее, потому что сомневаться в совершенстве Природы у нас мало оснований.

Развивая ТФС, физиологи и биологи дают инженерам новые методологические возможности. В частности, системное квантование проектирования и строительства позволяет формировать нейроподобные структуры строительных объектов [3].

Нейрокомпьютерные информационные технологии, которым принадлежит недалекое будущее, открывают уникальные возможности создания самообучающихся и самосовершенствующихся строительных процессов и систем автоматизации проектирования (САПР).

В соответствии с ТФС и системотехникой все элементы и подсистемы строительства могут быть разделены на конструкционные (анатомические, по аналогии с живыми системами) и функциональные, обеспечивающие функционирование строительного объекта или отдельной подсистемы в нем. Такое разделение предполагает главенство функциональных систем над конструкционными, главенство знаний и навыков по формированию функциональных систем над знанием конструкционных элементов. Реструктуризация строительных знаний и образования на основе таких подходов системно затрагивает научное, нормативное, проектное и образовательное обеспечения строительства. Аналогичные реструктуризации происходят в других областях знаний. Правомерной, хотя и запоздалой, она видится и в строительстве [4].

Нейронные сети уже много лет изучаются для создания искусственного интеллекта и решения практических задачах. В строительстве ещё четверть века назад были начаты работы по использованию алгоритмов, лежащих в основе мышления [5]. В результате были разработаны методики организации оптимального взаимодействия человека и ЭВМ и определены методы синтеза систем, аналогичные алгоритмам работы мозга человека. Эти исследования тесно смыкались с ТФС академика П.К. Анохина и основанной на ней системотехникой строительства [6].

Попытки перенять инженерные решения Природы, проектировать и строить здания и сооружения по их образцу безусловно будут продолжаться. По этому поводу Норберт Винер отмечал: «Природа, в широком смысле этого слова, может и должна служить не только источником задач, решаемых в моих исследованиях, но и подсказывать аппарат, пригодный для их решения».

Весь ход развития строительной деятельности прошлого столетия, компьютеризация строительства и создание САПР, формирование системотехники строительства, достижения новых информационных технологий, создание нейрокомпьютерных систем и развитие теории функциональных систем позволяют нам выдвинуть **научно-техническую гипотезу о грядущей смене парадигмы строительной деятельности человека и переходе её процессов и результатов из класса необучающихся в класс обучающихся на основе нейроподобных сетей и систем.**

Успех реализации этой гипотезы лежит на пути прохождения всех промежуточных и конечных результатов через фильтр принципов и положений ТФС. Это исключит ошибочные, неконструктивные и тупиковые ветви развития предложенной гипотезы.

В течение более трех десятилетий мы и наши последователи используем ТФС как наиболее конструктивную системную методологию для эффективного проектирования и функционирования технических, технологических, организационных, экономических, управленческих и других, назовем их технико-технологических систем. Мы можем предложить эту методологию для формирования новой парадигмы строительной деятельности, позволяющей проектировать, строить и эксплуатировать принципиально новые объекты, основанные на нейрородобных и гомеостатических методах самообучения и самозащиты от внешних воздействий [6].

При этом строительный объект не будет разрушаться при отказе его отдельных элементов, поскольку их функции будут брать на себя другие сохранившиеся элементы, а вся конструктивная система объекта должна не только самосохраняться, но и обучаться самосохранению по аналогии с биологическими конструкциями и системами.

Литература

1. Анохин П.К. Биология и нейрофизиология условного рефлекса. - М.: Медицина, 1968. 548с.
 2. Гусаков А.А. Организационно-технологическая надежность строительного производства в условиях автоматизированных систем проектирования. - М.: Стройиздат. 1974. 252с.
 3. Энергоинформационные поля функциональных систем. / Под ред. К.В.Судакова. -М.: НИИ нормальной физиологии им. П.К.Анохина РАМН. 2001. 518с.
 4. Гусаков А.А. Реструктуризация строительных знаний на основе функционально-системного подхода// Промышленное и гражданское строительство. 2003. №1. С. 33-36.
 5. Гусаков А. А., Напалков А.В. Новые пути построения интерактивных систем управления строительством. Науч. тр. ЦНИПИАСС. - М., 1980. Вып.26. С. 170-176.
- Системотехника / Под ред. А.А.Гусакова. - М.: Фонд «Новое тысячелетие». 2002. 768с.

К ВОПРОСУ ОПРЕДЕЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТРОИТЕЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ

Ю.Н. Павлючук, Ф.А. Бобко, В.А. Русакевич

*УО «Брестский государственный технический университет»,
Республика Беларусь*

Время крупнопанельной архитектуры медленно, но верно уходит. В последнее время появляются иные архитектурные решения. Они требуют новых материалов, совершенно другой конструкции традиционных материалов, современных технологий отделки и более совершенных архитектурных форм. Расширился ассортимент, и повысилось качество применяемых в отечественном строительстве отделочных материалов - всех видов керамической плитки, покрытия для пола и стен, а также керамиче-

ских санитарных и санитарно-технических изделий. В последнее время повсеместно вводится учет расхода тепла, воды и других ресурсов, а для этого необходимы приборы учета и контроля, а также экономичное санитарно-техническое, отопительное и инженерное оборудование.

В настоящее время предъявляются повышенные требования к материалам для строительства и отделки интерьеров помещений. Желание получить точную и заверенную информацию очень велико, но источников ее получения, к сожалению, недостаточно. А ведь от качества и потребительских свойств материалов в строительстве и ремонте зависит много - если не сказать все. Без технических характеристик материалов невозможно разработать проект, составить смету и подготовить другую документацию, которая будет гарантировать правильность организации всех работ.

Проблема заключается не только в том, чтобы найти оптимальное соотношение цены и качества, но и соблюсти заявленные сроки ремонта или строительства, а также минимизировать расходы. Причем материалы, ныне кажущиеся нам элитными, завтра вполне сможет позволить себе человек со средним достатком. (Кого сегодня можно удивить пластиковыми окнами, ламинатом, кондиционером?) Правильно составленная документация не только дает четкое представление о стоимости ремонта (строительства), но и предоставляет возможность скорректировать смету с целью сокращения затрат, например, отказаться от нерациональных работ или заменить дорогой материал на более дешевый, отнюдь не худший.

Зачастую потребитель заинтересован в том, чтобы вместе с новым материалом получить подробную технологию, гарантирующую увеличение скорости и повышения качества выполнения работ.

Особенно важно знать технические характеристики конструкционных материалов, - чтобы в случае перепланировки не нарушить конструктивную и функциональную целостность здания. Тем более это важно в наших условиях, когда здания постоянно подвергаются воздействию самых разных неблагоприятных факторов: атмосферных осадков, ветра, действие термических и механических нагрузок, ультрафиолетового излучения и различных веществ, содержащихся в воздухе.

Конкурентоспособность — это комплексная многоаспектная характеристика строительной продукции, определяющая ее предпочтение на рынке по сравнению с аналогичной продукцией-конкурентом как по степени соответствия конкретной потребности, так и по затратам на ее удовлетворение.

Анализ конкурентоспособности как раз и призван прежде всего выявить те параметры, которые представляют для покупателя существенный интерес.

Во-первых, это параметры, в которых отражается качество и полезность строительной продукции с учетом социальных, функциональных, эргономических, эстетических, экологических и других потребительских свойств. Ведь для того, чтобы строительная продукция была пригодна для удовлетворения потребности и представляла интерес для покупателя, она

должна обладать набором соответствующих параметров. При этом, согласно маркетинговой концепции, особое значение имеет не просто набор потребительских свойств и характеристик, а понимание того, как данная продукция воспринимается самим потребителем, которому, в принципе, безразличны ее технические характеристики, но важно, каким образом данная продукция может помочь удовлетворить определенную потребность или разрешить стоящую перед ним проблему. Таким образом, одним из условий выбора потребителем, является совпадение свойств продукции с условными характеристиками прогнозируемой потребности.

Во-вторых, стремясь к приобретению строительной продукции (услуг), в наибольшей степени соответствующих потребностям (т.е. обладающих наивысшим потребительским эффектом), потребитель не может абстрагироваться от затрат, которые будут связаны с этим товаром. Естественно, что он стремится достичь оптимального соотношения потребительских свойств изделия и своих расходов, т.е. получить максимум потребительского эффекта на единицу затрат. Поэтому для определения конкурентоспособности существенным является не только сравнение строительной продукции (услуг) по степени соответствия конкретной потребности, но и учет затрат потребителя. При этом следует исходить из того, что для покупателя покупка означает только обязательное условие, исходный пункт начала процесса удовлетворения потребности, который представляет собой акт не единовременный, а занимает определенный (иногда весьма длительный) период. Для многих товаров реализация полезного эффекта достигается в ходе эксплуатации, что связано с дополнительными расходами для покупателя.

Таким образом, конкурентоспособность обуславливается качественными и стоимостными особенностями строительной продукции (услуг), которые учитываются покупателем согласно их непосредственной значимости для удовлетворения потребностей.

MARKETING „WIECZNIE ŻYWY”

Janusz Klisiński,

Politechnika Częstochowska, Częstochowa, Polska

Wstęp

Marketing jak każda działalność człowieka ulega nieustанным zmianom. Jest kategorią „żywą” nie poddającą się prostej systematyzacji. Celem tradycyjnego marketingu było i jest zdobycie klienta i przeprowadzenie z nim transakcji. Natomiast w nowoczesnym marketingu pozyskanie nowego klienta stanowi jedynie pierwszy krok. Jego celem jest stworzenie i utrzymanie klienta, pozyskanie jego lojalności.

Po okresie adresowania działań do jednorodnych grup klientów, powstały nowe koncepcje akcentujące postrzeganie i traktowanie klienta jako indywidualium, zgodnie z indywidualizacją stylów życia, dążeniem do indywidualnego rozwoju, do ekspansji jednostki. Klienta poświęca coraz więcej czasu zaku-

pom niestandardowym, co zmusza sprzedawców do znacznego wzmożenia wysiłków w procesie obsługi.

Warunkiem stosowania nowoczesnego marketingu jest właściwe wdrożenie technologii informacyjnej z myślą o kliencie. Należy podłączyć przedsiębiorstwo do Internetu oraz stworzyć komputerową bazę danych o klientach. Technologia informacyjna pozwala obsługiwać klienta i komunikować się z nim w czasie rzeczywistym, bez potrzeby nekania

Go wciąż tymi samymi pytaniami. Dzięki niej przedsiębiorstwo może uporządkować informację w taki sposób, aby tworzyły one kompletny, aktualny i czytelny profil nabywcy, dostępny w punktach kontaktu z klientem..(Gordon,2001,s 221)

W nowoczesnym marketingu zwraca się uwagę na fakt ,że obok rynku klientów istnieją także rynek pośredników, zaopatrzeniowy, wewnętrzny, potencjalnych pracowników i wpływowych instytucji.(Payne, 1997,s. 52).Chodzi w nim o poszukiwanie i tworzenie nowej wartości nie tylko z indywidualnym klientem na rynku konsumenckim lub zinstytucjonalizowanym, ale także nowej wartości dla dostawców, pośredników, przedstawicieli wpływowych instytucji, potencjalnych pracowników i własnego personelu przedsiębiorstwa.

Marketing zajmuje się procesem decyzji zarządczych podejmowanych przez menedżerów, uwzględniających pobieranie decyzji przez klientów. Cechuje go szybkość reakcji na zmiany rynku, duża skuteczność operacyjna oraz perspektywa strategiczna. Z punktu widzenia klientów marketing zajmuje się rozpoznaniem i zrozumieniem ich potrzeb, pragnień, wyborem czasu, ilości, ceny , miejsca i częstotliwości zakupu produktu oraz odczuciami po jego nabyciu i konsumpcji. Z punktu widzenia świadczeniodawców marketing koncentruje się na określeniu i uzasadnieniu profilu działania na rynku, wycenie produktów oraz ich sprzedaży w odpowiednim miejscu i czasie.(Klisiński,2004 s7)

Marketing jest prokonsumencką orientacją zarządzania, koncentrującą się na na długotrwałej więzi z klientem. Teza, że stałemu klientowi łatwiej sprzedać produkt, że się na nim zarabia, dopiero od niedawna zaczęła zyskiwać zwolenników. Skoro zdobycie nowych klientów znacznie więcej kosztuje niż utrzymanie dotychczasowych, należy zmierzać do zachowania równowagi sił i środków.(Klisiński,2000 ,s.72)Przedsiębiorstwa powinny dążyć też do do przesuwania klientów na wyższe szczeble „drabiny” lojalności, nie zapominając przy tym o identyfikacji reflektantów. A więc sporadyczny klient powinien stać się stronnikiem, to jest częstym klientem. Natomiast stronnik powinien stać się rzecznikiem przedsiębiorstwa tzn . stałym klientem wypowiadającym się o niej w samych superlatywach.

Może jednak okazać się kosztowne. Stąd też opracowuje się lojalnościowe programy marketingowe o różnym poziomie kosztów dzieląc wszystkich nabywców na segmenty według kryterium dochodowości. Z powyższych względów prowadzone są też badania przyczyn braku lojalności ze strony klientów.

W marketingu stosuje się też zasadę, że należy klientowi obiecać mniej a następnie dostarczyć więcej. Wtedy klient jest nie tylko zadowolony ale wręcz zachwycony.

Ważne jest jednak nie tylko dostarczenie klientowi wartości jakiej oczekuje i zachwycenie go ale także działanie zgodnie marketingową koncepcją jakości. Zgodnie z tą koncepcją

Wnioski

1. Jeśli chcemy nie tylko sprzedać produkt ale i osiągać stałe dochody musimy najpierw zawiązać umysłami klientów.
2. Klientowi należy dostarczyć wartości i dzielić się z nim tą wartością, tak aby był w pełni zadowolony.
3. Musimy poznać każdego z klientów z osobna, aby sprostać jego oczekiwaniom i wykorzystywać w kontaktach klientami technologie informacyjną.
4. Długotrwałe opłacalne więzi z klientami powinny być oparte na ich lojalności wspieranej specjalnymi programami marketingowymi
5. Należy przy tym pamiętać o znaczeniu jakości i profesjonalnej obsłudze klienta.

Literatura

1. Gordon I.H. Relacje z klientem .Marketing partnerski. Wyd. PWE, Warszawa 2001
2. Klisiński J. Marketing, Wyd. WSM ,Legnica ,2004
3. Klisiński J. Profesjonalizacja i profesjonaliści w zarządzaniu sportem. Wyd. P.Cz. Częstochowa 2000.

MARKETING PARTNERSKI - RELACJE Z KLIENTERN

prof. dr hab. Cezary Marcinkiewicz

Politechnika Częstochowska

Koncepcja przedstawienia relacji partnerskiej w środowisku biznesu - to tworzenie nowej współczesnej wartości a nawet korzyści dla klienta, dostawcy, inwestora i pracowników własnej firmy. Koncepcja ta może również zostać wykorzystana przez instytucje i organizacje non-profit (czyli nie nastawione li tylko na zysk a więc takie jak: fundacje i stowarzyszenia dobroczynne) z korzyścią dla wszystkich zainteresowanych. Tak więc, jedynymi rzeczywistymi zasobami firm są partnerskie relacje z otoczeniem; i nie chodzi tu o tradycyjne rozumienie znaczenia "zasoby", które mają wpływ na tworzenie przychodów w którym okresie, lecz właśnie partnerstwo przynoszące korzyści obniżonego ryzyka związanego z prowadzeniem działalności gospodarczej oraz stworzenia nowych możliwości zwiększenia przychodów a co za tym idzie i zysków.

Od pewnego czasu niemal że wszystkie firmy dostrzegają istnienie partnerskich relacji z klientem, które powinny być odpowiednio i na stałe dołączone do nowoczesnych procesów zarządzania. Za proces ten odpowiedzialne są całe firmy, celem których musi być ciągłe wzbogacanie partnerstwa przynoszącego coraz to większe korzyści wypływających z trwałych związków nie tylko z klientami, lecz także z pozostałymi zespołami mającymi wpływ na ich jakość i ciągłość. Zatem, rosnąca konkurencja na rynku sprawia, że tradycyjne działania firmy już nie odpowiadają całkowicie (w pełni) wymaganiom otoczenia rynkowego. Organizacje te muszą bowiem wiedzieć, jak i z kim nawiązać kontakty i współpracę, aby odnieść sukces. Wymagania te spełnia koncepcja marketingu partnerskiego (tzn. - relationship

marketing), która to kładzie szczególny nacisk na proces tworzenia i utrzymania ścisłych powiązań firmy z innymi podmiotami, eksponujących bezpośredni interakcyjny charakter tych powiązań¹.

Te nowe tendencje w marketingu na podstawie budowania i umacniania więzi z klientem nie powstały od razu. Jednym z jego pierwszych teoretyków, który wprowadził w roku 1983 definicję był Leonard Berry. Według niego "marketing partnerski jest to tworzenie, utrzymanie i wzbogacanie relacji z klientem, przy czym pozyskanie klienta jest jedynie pierwszym krokiem w procesie marketingu"².

Definicja ta, choć dość nowoczesna jak na tamte czasy, nie uwzględniała jednak całości zagadnienia marketingowego. Wydaje się, że bardziej adekwatną definicją staje się tu wypowiedź Adriana Paynego, który twierdzi, że coraz częściej "akcenty postrzegania relacji z klientem przesuwają się z transakcji do partnerstwa, a celem tego przesuwania jest utrzymanie długotrwałych więzi z klientem"³.

Firmy zaczynają dostrzegać te nowe obszary swojej działalności, a zatem zmienia się również ich model sześciu rynków marketingowych. Firmy oprócz rynków istniejących i potencjalnych klientów poszerzają się o obszar rynków pośredników (dystybutorów), rynki dostawców, rynki potencjalnych pracowników firmy, rynki instytucji wpływowych oraz rynki wewnętrzne. Marketing partnerski koncentruje się na uruchomieniu całego swojego potencjału na działaniu, gdzie klienci firmy muszą pozostać głównym obszarem owego działania. Rozbudowując oczekiwania swoich nabywców i dostarczając im wiele korzyści z produktu firmy rozbudzają w nich coraz to nowsze pojęcia jakości - czystości, dobrej usługi, wartości i satysfakcji dla klienta (total customer satisfaction). Zaś satysfakcja kupującego sprzyja powstaniu silnej emocjonalnej więzi z firmą wykraczającej poza te jedynie racjonalne preferencje⁴ i to właśnie kształtuje silną lojalność klienta wobec firmy. Lojalny, zadowolony klient może poprzez nieformalny kontakt werbalny przyciągnąć do firmy wielu pozytywnie nastawionych reflektantów.

Firma powinna odnosić się do swoich klientów w sposób partnerski. Partnerstwo to można sprowadzić do nieustannej współpracy w celu odkrycia sposobów zapewnienia oszczędności przy dokonywaniu zakupu - z jednej strony i optymalnego wykorzystania możliwości tkwiących w produkcie - z drugiej, a także zapewnienie określenia pewnego rodzaju korzyści.

A zatem, marketing partnerski to ciągle proces poszukiwania i tworzenia nowej wartości z nowym klientem oraz dzielenia się korzyściami w ramach układu partnerskiego, obejmującego cały okres aktywności nabywcy klienta.⁵ Jego podstawą jest zrozumienie trwałej współpracy między dostawcami a wybraną grupą klientów oraz kreowanie nią w celu tworzenia wspólnej wartości, dla firmy i klienta. Wymaga to od przedsiębiorstwa zorientowanie na

¹ Jan H. Gordon, *Relacje z klientem. Marketing partnerski*, PWE, Warszawa 2001, s. 386

² L. Berry, *Relationship marketing*, W: L. Berry, G. L. Shostack, C.D. Upham, *Emerging Perspectives on Services Marketing* American Marketing Association, Chicago 1983, s. 25-28.

³ A. Payne, *Marketing usług*, PWE, Warszawa 1997, s. 51

⁴ Janusz Klisiński, *Podstawy marketingu*, Częstochowskie Wydawnictwo Naukowe przy Wyższej Szkole Zarządzania, Częstochowa 2001, s. 16

⁵ Jan H. Gordon, *Relacje ...*, op. cit., s. 35

klienta całej swojej strategii, zaprojektowanie i dostosowania procesów, narzędzi komunikowania się, technologii i ludzi tak, aby tworzyły one wartość, jakiej oczekuje klient, a to gwarantuje trwałą współpracę dzięki czemu działania te są prowadzone rzeczywiście.

Marketing partnerski zestawiony jest często z marketingiem transakcji. Założenie, że stałemu klientowi łatwiej sprzedać produkt niż sporadycznemu zyskało obecnie na wartości, ponieważ z czasem stają się oni stronnikami, rzecznikami a nawet orendownikami usług naszej firmy. Dlatego firma powinna dążyć do przesuwania klientów na wyższe szczeble "drabiny lojalności"⁶, nie zapominając przy tym o identyfikacji reflektantów.

Marketing partnerski pomaga także stworzyć trwałe łańcuch nie tylko wewnątrz przedsiębiorstwa, lecz także z reflektantami zewnętrznymi czyli dostawcami, pośrednikami i akcjonariuszami.

Wprowadzenie marketingu partnerskiego zatem, zmienia zasadniczo całą koncepcję marketingu tradycyjnego. Przedsiębiorstwo bowiem, musi zwrócić szczególną uwagę na nowy rodzaj technologii informacyjnej jako umożliwiającego kontakt z indywidualnym klientem; wzbogacenie oferty i współpracę; wybór rodzajów klienta i łańcuch partnerstwa; weryfikację dotychczasowych elementów marketingu - mix; a nawet powołanie menedżerów ds. partnerstwa.⁷

Tak więc do osiągnięcia zamierzonego efektu w marketingu partnerskim potrzebne jest perfekcyjne dopracowanie każdego zamierzenia w relacji z klientem (partnerem), które polega na wzajemnym poznaniu, zrozumieniu i zaufaniu - tak bowiem, powstaje więź. Korzystając z wiedzy i doświadczenia zdobywanego na rynkach światowych potrafimy w Polsce już coś jeszcze - myśleć tak, jakby myślał nasz klient.

РЕЗЮМЕ

В настоящей статье рассматривается партнерский маркетинг, его корреляция и теснота связи с клиентом, которые наблюдаются в каждом современном коммерческом процессе, а также в управлении новым продуктом или услугой при условии, что их общая величина (сумма) продаж и прибыли обусловлена активностью клиента в данном процессе.

Literatura:

1. L. Berry, Relationship marketing, W: L. Berry, G. L. Shostack, C. D. Upah, Emerging Perspectives on Services
2. Jan H. Gordon, Relacje z klientem. Marketing partnerski, PWE, Warszawa 2001, s. 386
3. Janusz Klisiński, Podstawy marketingu, Częstochowskie Wydawnictwo Naukowe przy Wyższej Szkole Zarządzania, Częstochowa 2001, s. 16
4. Marketing American Marketing Association, Chicago 1983, s. 25-28.
5. A. Payne, Marketing usług, PWE, Warszawa 1997, s. 51.

⁶ Określenie A. Payne. op. cit., s. 55.

⁷ Szerzej patrz: Jan H. Gordon, Relacje ..., Op. cit., s. 71

РЕГУЛИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

Е.П. Борушко

НИЭИ Минэкономики Республики Беларусь г. Минск

Государство всегда играло важную роль в функционировании и развитии любой экономики. Государственный сектор включает в себя унитарные предприятия и учреждения, объекты недвижимости, а также акции и доли государства в уставных капиталах хозяйственных обществ и товариществ, управление которыми осуществляется через органы власти. Государственный сектор экономики в нашей стране значителен по своим масштабам, что затрудняет эффективное управление им, которое в переходный период является одной из наиболее сложных и малоразработанных проблем в экономической науке. В общем количестве предприятий и организаций в стране, составляющем ориентировочно 9 тыс. ед. (без учреждений), количество государственных унитарных предприятий (УП) составляет около 5,0 тыс. (55%), в том числе республиканской формы собственности 1,9 тыс. ед. (38%, а в РФ – около 20%) и коммунальной – 3,1 тыс. (62%). Для сравнения государственные предприятия в странах – членах ЕС составляют 10% от суммарного производства, на их долю приходится 12,5% вновь созданной стоимости и трудятся на них более 10% занятых.

Причинами наличия большого количества УП являются: во-первых, неудовлетворительное проведение в нашей стране приватизации, во-вторых, выбор большинством субъектов хозяйствования и органов государственного управления без какого-либо обоснования данной организационно-правовой формы после введения в действие нового Гражданского кодекса (ГК). Сегодня УП вместо присущих им сугубо государственных функций, как это определено, например, в России, занимаются широчайшей деятельностью и функционируют, где нужно и где не нужно. Как показал последующий опыт, функционирование указанных субъектов не вполне оправдало данный выбор: основная их деятельность не всегда отвечает интересам государства. Многие из них вообще не отвечают своему предназначению, не осуществляют должную отдачу.

Важной особенностью статуса унитарных предприятий, основанных либо на праве хозяйственного ведения, либо оперативного управления (казенные), выступает то, что они не являются собственниками закрепленного за ним имущества. Присутствие юридических лиц – несобственников не характерно для развитого гражданского оборота.

Достижение оптимального размера сектора государственных предприятий выступает залогом успешного развития экономики страны. В России принят ряд дополнительных правовых документов и последовательно проводится работа по уменьшению количества УП, по реорганизации и приватизации как можно большего их количества. В нашей стране отсутствует необходимая правовая база, определяющая предмет деятельности и порядок функционирования УП, разграничение функций собственника иму-

щества и руководителя предприятия и др. Принятое недавно постановление Правительства РБ (от 23.07.2004 г. №913) о порядке создания унитарных предприятий и учреждений частично восполняет указанный правовой пробел. Однако правовой режим для унитарных предприятий, выполняющих сугубо государственные функции, по-прежнему не регламентирован.

Совершенно новой организационной формой являются казенные предприятия, которые создаются по решению Правительства. В стране их несколько. В РФ казенные предприятия создаются на базе ликвидированных государственных унитарных. Аналогичный путь, очевидно, должна пройти и Беларусь, безусловно, исходя из своих особенностей и возможностей бюджета. Проблемным остается вопрос, как содержать казенные предприятия. Ведь эти предприятия финансируются как из бюджета, так и за счет доходов от хозяйственной деятельности. И государство, исходя из задач, решаемых на определенном этапе развития, определяет какое количество казенных предприятий необходимо и допустимо с точки зрения нагрузки на бюджет.

В России законодательно сформулированы критерии сохранения унитарных и казенных предприятий в существующей организационно-правовой форме. К ним относятся предприятия, осуществляющие следующие виды деятельности: транспортное обеспечение, связь, оборона, безопасность, экология, социальные программы и др. Если деятельность предприятий не подпадает под указанные критерии, они должны быть преобразованы в акционерные общества или другие формы хозяйствования.

В стране назрела необходимость пересмотра и конкретизации подходов, задач и механизмов в области управления государственными УП, которое представляет собой целенаправленное воздействие государства в лице органов власти на их имущество. К ним относятся: установление критериев и отнесение государственного имущества унитарных предприятий к числу таких, на которые возлагается выполнение государственных функций; осуществление оптимизации (уменьшения) количества предприятий, предназначенных для выполнения задач и функций государства; регулирование деятельности УП; преобразование выявленных предприятий в другие оргформы; практическое введение в стране казенных предприятий.

Сокращение количества УП представляется необходимым и в конечном счете неизбежным, о чем свидетельствуют предложения некоторых отраслевых органов госуправления и ученых-экономистов. Предварительные расчеты показывают необходимость последовательно сократить в Беларуси количество УП, как минимум на одну треть. Их преобразование возможно осуществить различными способами (в акционерные общества или казенные предприятия, продажа как имущественного комплекса, ликвидация и др.).

Своего решения требует подготовка и реализация ряда первоочередных нормативно-правовых документов: законопроекта о государственном унитарном предприятии; правила разработки и утверждения программ деятельности УП в новом качестве; положения об установлении показателей эффективности УП и др. В особом подходе нуждаются казенные предприятия, для функционирования которых требуется разработка необходимых организационно-регламентирующих и методических документов. Законодательного закрепления требует более четкое разграничение функций и полномочий между республиканским органом управления госимуществом и органами власти и управления. Нуждаются в большей конкретизации функции, осуществляемые указанными органами.

В условиях функционирования УП важно найти пропорции в использовании методов управления. Во-первых, в организационно-правовом (хозяйственное ведение, оперативное управление, аренда, наем и безвозмездное пользование, залог и др.) и, во-вторых, организационно-экономическом (планирование, маркетинг, контроль и мониторинг, аудит, оценка, консалтинг, учет).

Система управления государственным сектором экономики должна смещаться больше в сторону многоуровневого управления (вместо прямого), осуществляемого посредством управляющих корпоративных компаний. Поэтому актуальным является решение проблемы расширения типов организационно-правовых форм и механизма их реализации, предусматривающих создание или развитие корпоративных структур (ФПГ, холдинги, концерны) на базе функционирующих, а также подлежащих реструктуризации крупных отечественных предприятий и организаций.

С целью обеспечения системы контроля за качеством управления государственными предприятиями необходимо: осуществить мониторинг, сформировать и постоянно поддерживать банк данных о деятельности, финансово-экономическом состоянии предприятий; унифицировать документацию; проводить обязательные ежегодные аудиторские проверки и др.

ГЕНДЕРНЫЕ ПРОБЛЕМЫ В УПРАВЛЕНИИ

Л.А. Захарченко

Институт современных знаний им. А.М. Широкова (Брестский филиал)

Ж. Г. Плескач

УО «Брестский государственный университет им. А.С. Пушкина»

Главная тенденция и отличительная особенность начала нового десятилетия во всем мире - усиливающиеся изменения в социальной и профессиональной роли женщины в современном обществе. Однако по результатам проводимых исследований можно утверждать, что в нашей экономике сложилась гендерная асимметрия, приведшая к скрытой дискриминации женщин в сфере управления.

Началом данного явления является тот факт, что девушку неохотно берут на работу после окончания института, поскольку она может выйти замуж или уйти в декретный отпуск, а это влечет за собой необходимость предоставления социальных льгот. Для современных фирм характерно, что при приеме на работу женщина дает обязательство (в разной форме) не брать отпуск по беременности, родам и уходу за ребенком, не брать больничных по уходу. Можно ухаживать за больным ребенком, но эти дни фирмой не оплачиваются. На некоторых фирмах установлен предел дней, которые женщина может использовать по уходу за больным ребенком (без оплаты).

Женщине сложно сменить или устроиться на работу после сокращения. Сокращения же затрагивают, в первую очередь, женщин после 45 лет. Здесь можно назвать ряд факторов, объясняющих такое поведение руководителей: в этом возрасте женщины не вписываются в молодой персонал компании, с ней труднее работать молодому руководителю, как по опыту, так и по профессиональному стажу. Сокращение, в этом случае, может носить завуалированный характер, т.е. женщину просто могут довести до желания уволиться самой.

Женщине труднее сделать карьеру и сам процесс карьерного роста у мужчин и женщин имеет гендерные отличия. У мужчин карьерный рост может происходить непрерывно, всю трудовую жизнь и является неизменной ценностной ориентацией мужчин на власть, деньги, материальные блага.

У женщин карьерный рост чаще всего дискретный (прерывистый) с вынужденными паузами по семейно-бытовым причинам (рождение ребенка, уход за ним, перемещение мужа), а поэтому, как правило, замедленный. Целевая установка женщин на карьеру гуманизирована и более связана не с ориентацией на получение власти и самооценностью карьеры, а на карьеру как инструмент самореализации, приобретения экономической независимости от мужчины и оказание поддержки близким.

Для семейных женщин ограничиваются возможности карьерного роста, повышения квалификации, переобучения. К женщинам часто применяются ограничения карьерного роста - «стеклянный потолок», который мешает дамам занимать руководящие посты в фирме, - в совете директоров, выполнять важные международные функции.

Необходимо учесть, что ориентация женщин на карьеру создает другую, не менее актуальную проблему для современной действительности. Семья становится не нужной, мешающей профессиональной карьере. Не нужной становится и регистрация брака, который все меньше связывается с рождением и воспитанием детей. Идет процесс разрушения семьи и деградация семейных ценностей, процесс уничтожения общества.

Характерно, что, вступая в руководящую должность, женщины, испытывают трудности, связанные с адаптацией к «мужской» среде, встречая открытое или завуалированное сопротивление или негативное отношение не только со стороны шовинистически настроенных руководителей-мужчин, но и наиболее консервативных руководителей-женщин,

которые не руководствуются гендерной солидарностью. Личность женщины-руководителя воспринимается критично. Признание и уважение, которого добиваются женщины на высоких постах, является признанием индивидуальных достижений конкретных личностей, а не признанием управленческих способностей женщин вообще.

Причина такого отношения - медленное изменение социально-психологических стереотипов. Наблюдается абсолютная непривычность мужчин к тому, что с ним на равных может профессионально работать женщина. Для стран, где господствуют патриархальные взгляды, присуще на ключевые позиции в экономике, политике, обществе и семье ставить мужчину. Им отдается преимущественно публичная сфера. При этом мужчине приписывается быть самоуверенным, доминирующим, соперничающим и рациональным. Женщине в этой сфере отводится подчиненная роль.

У нас существует мужская система построения организации, мужчины и их поведение стали стандартом, с которым сравнивают поведение женщины.

Основными характеристиками женского труда, являющимися причинами дискриминации, по мнению и мужчин и женщин, является привязанность женщины к семье и ее семейные обязанности. Здесь основные тезисы звучат следующим образом: «Мужчины реже берут больничный и не сидят дома с больными детьми», «У женщин слишком много семейных обязанностей». По этим вопросам мнение мужчин и женщин совпадают, сюда можно добавить еще один тезис - «Мужчина должен содержать семью». Однако мнение мужчин и женщин по ряду вопросов расходятся. Мужчины считают, что работают лучше, чем женщины и, по их мнению, женщины сами не любят брать на себя много обязательств на работе и предпочитают работать «от сих и до сих».

В итоге, образ работающей женщины в глазах мужчин выглядит следующим образом: это женщина, погруженная в свою семейную жизнь и тянущая на себе весь воз семейных обязанностей. Подобная ситуация делает ее плохим и ненадежным работником и заставляет избегать дополнительной ответственности.

Сами женщины придерживаются более оптимистической точки зрения на свой счет. Хотя они, как и мужчины, признают наличие семейных обязанностей как фактора, препятствующего их приему на работу, они считают, что эти обязанности не мешают им работать так же хорошо, (а может быть даже и лучше), как и мужчины. Кроме того, они не боятся брать на себя ответственность.

В серьезных научных исследованиях не нашли подтверждения некоторые мнения о различиях в умственных возможностях, способностях к обучению, качествах характера и темперамента у представителей обоих полов. В результате были сделаны выводы, что женщины обладают качествами, которые определяют их весьма благоприятные возможности для эффективной управленческой деятельности. Можно выделить ряд особенностей, подтверждающих, что женский тип управле-

ния гораздо многообразнее, гораздо богаче по своим проявлениям, благодаря многоликости женской натуры.

Антикризисные стратегии мужчин и женщин-менеджеров практически не различаются между собой, однако, женщины больше внимания отводят «фактору персонала», демонстрируя выраженные патерналистские ориентации по отношению к своим работникам, но не проявляя при этом патерналистского стиля лидерства в «чистом виде». Отличия в стилях лидерства между мужчиной и женщиной проявляются, прежде всего, в большей приверженности женщин - руководителей к комбинированным стратегиям, объединяющим различные модели лидерства, в то время как мужчины, как правило, являются сторонниками определенной модели менеджмента и не комбинируют ее с технологиями другого типа.

Женщины-руководители имеют достаточно позитивную Я-концепцию, одновременно демонстрируя неудовлетворенность «мягкостью» своих менеджерских технологий. Персонал предприятий не оценивает женщину-менеджера как менее волевого лидера и не согласен с тем, что женщина-руководитель отличается «психологической податливостью». Мужчины и женщины-руководители в современных условиях ориентированы, прежде всего, на задачу, а не на человека при решении управленческих задач.

ОРГАНИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

А.В. Карасев, Ю.Е. Ефремов

Московский институт коммунального хозяйства и строительства, Россия

При организации маркетинговой деятельности строительного предприятия необходимо учитывать ряд особенностей. Основными из них являются:

- несовершенство и нестабильность правовой базы строительного сектора экономики, в результате чего достаточно вольно трактуются и постоянно меняются государственные и региональные «правила игры»;
- отсутствие достоверной информации о состоянии строительного рынка, так как существующая система налогообложения вынуждает строительные предприятия скрывать истинные объемы производства и реальные финансовые (статистические) показатели;
- большая (решающая) роль субъективного фактора в выборе заказчиком подрядной строительной организации, когда определяющим является уровень личных отношений руководителей предприятий, предыдущий опыт совместной работы, рекомендации общих знакомых, материальная заинтересованность лиц, уполномоченных принимать решения о выборе подрядчика;
- существующий регламент проведения конкурсов среди подрядных строительных организаций является, в основном, формальным и носит, как правило, вторичный характер, 90% тендеров по отбору подрядных строительных организаций проводятся с целью:

а) соблюдения обязательной формальности, когда вопрос о подрядчике решен до объявления торгов;

б) получения альтернативных смет, предложений по технологии работ и организации строительства для последующего их использования при разработке технико-экономического обоснования (бизнес-плана) строительного проекта либо выполнения комплекса работ своими силами;

- высокая степень финансовых и имиджевых рисков: при выполнении строительных работ на объекте, сметная стоимость которого сопоставима с годовым оборотом фирмы, с учетом штрафных санкций, предусмотренных договором строительного подряда, любое значительное нарушение сроков, гарантий, либо низкое качество работ, ставит предприятие на грань банкротства и приводит к безвозвратной потере положительного имиджа, как самой фирмой, так и ее руководством;

- низкая мобильность строительной организации (подготовка дополнительного вида услуг, как товара, в том числе вида новых строительных технологий и используемых материалов, занимает большой период времени, необходимый для ее изучения, выбора, освоения, обучения персонала и предварительной практической отработки на второстепенных объектах);

- ярко выраженный коллективный характер работы (в подрядной строительной организации невозможно выделить ни одного структурного звена, не влияющего на конечный результат деятельности предприятия);

- необходимость дифференцированного, максимально корректного подхода к предприятиям-конкурентам. Это вызвано тесной взаимосвязью компаний в рамках строительного рынка, где ваш сегодняшний субподрядчик завтра на другом объекте выступает в качестве генерального подрядчика, и наоборот.

Из вышеизложенного следуют некоторые рекомендации, подкрепленные практическим опытом по организации маркетинга строительной организации:

В целях получения наиболее достоверных данных необходимо:

- при сборе исходной информации для последующего анализа, пользоваться максимально возможным количеством не связанных между собой источников;

- иметь в виду, что официальные статистические данные по строительному сектору, как правило, имеют тенденцию:

а) в бюджетной сфере - к завышению;

б) в коммерческой сфере – к занижению.

Сбор информации о потенциальных строительных объектах целесообразно осуществлять на максимально ранних стадиях реализации проектов. Таковыми являются вынесение решения инвестиционно-тендерной комиссии и выход распоряжения губернатора о проектировании и строительстве (реконструкции) объекта недвижимости. Это позволяет:

- заблаговременно оценить возможность и целесообразность участия подрядной строительной организации в реализации проекта;

- осуществить личный контакт с заказчиком, либо его представителем, для получения подробной информации о требованиях по технологии, организации, качеству и сроках выполнения работ, объеме и условиях финансирования;

на основании имеющейся проектной (предпроектной) документации, выделить круг проблем в плане организации и технологии выполнения строительных работ и предложить заказчику экономически обоснованные пути их решения вплоть до внесения изменений в архитектурно-планировочное задание и даже в готовую проектную документацию;

- на стадии проектирования подготовить, обосновать и внести предложения по использованию в процессе строительства своих (желательно эксклюзивных) технологий и материалов, что в случае их принятия гарантирует получение строительного подряда.

СИСТЕМА СТРАТЕГИЧЕСКИХ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ НА РЫНКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Г.Т.Медведева,

БФ ЧУО "ИСЗ им. А.М. Широкова", г. Брест, Республика Беларусь

В условиях высокой степени изменчивости внешней среды проблема эффективного функционирования учреждений образования высшей школы на рынке образовательных услуг во многом определяется прежде всего формой собственности. Для вузов государственной формы собственности – это укрепление уже завоеванных позиций; для частных – это в первую очередь проблема выживания.

Остановимся более подробно на втором аспекте проблемы – разработке эффективной стратегии выживания. Анализ условий разработки данного варианта стратегий заставляет с несколько иных позиций подойти к оценке привычных элементов внешней среды. За сравнительно непродолжительный период существования частных вузов в условиях РБ система взаимоотношений данных вузов с элементами внешней среды может быть охарактеризована как относительно неустойчивая. По мнению автора, ее можно представить следующим образом (рис. 1):



Рис. 1. Система взаимоотношений частного вуза с элементами внешней среды

Все элементы внешней среды, с которыми взаимодействует частный вуз при подготовке специалистов можно разделить на 3 группы:

1 группа – это система довузовской подготовки, представленная учреждениями среднего и среднего специального образования и неорганизованной группой потенциальных абитуриентов;

2 группа – система взаимоотношений частного вуза с органами власти различных уровней, а также с контактными аудиториями;

3 группа – это субъекты хозяйствования различных форм собственности и различных организационно-правовых форм хозяйствования, это группа потенциальных потребителей, выступающих в роли работодателей для выпускников вузов.

Необходимо отметить, что в прошлом система взаимоотношений вузов носила преимущественно тактический характер, предусматривая, например стабилизацию положения вуза на рынке. В процессе формирования рынка платных образовательных услуг организация системы взаимоотношений имеет стратегическое значение, поскольку затрагивает важнейшие составляющие конкурентного преимущества – технологии обучения, формирование затрат на обучение, маркетинговую и коммерческую деятельность вуза.

К числу основных причин, вызывающих необходимость установления стратегических взаимоотношений с партнерами, можно отнести следующие:

- возможность повышения потребительской ценности образовательных услуг;

- неопределенность и изменчивость внешнего окружения, проявляющего тенденции к глобализации;

- рост сложности образовательных технологий;

- возросшие потребности в ресурсах;

- необходимость доступа выпускников на новые рынки;

- возможность координации совместных действий благодаря современному уровню информационных технологий.

В рамках данной статьи автор не ставит перед собой целью проанализировать все причины, вызывающие необходимость развития системы взаимоотношений. По мнению автора, наибольшего внимания заслуживают такие факторы, как:

- 1) возможность увеличения потребительской ценности,

- 2) недостаток ресурсов и опыта,

- 3) неопределенность.

Возможность увеличения потребительской ценности образовательной услуги может быть достигнута за счет объединения ключевых компетенций головных вузов и их филиалов. Здесь объективно существует необходимость развития системы взаимоотношений. Причем эта система носит двойственный характер: с одной стороны – это отношения подчиненности, а с другой – отношения равноправного сотрудничества, партнерства. Здесь возможно формирование модульного подхода, который "...предполагает создание комплексных образовательных услуг, состоящих из отдельных компонентов (подсистем), которые могут быть разработаны независимо, но при этом функционируют вместе, как единое целое". [1] Основное достоин-

ство модульного подхода – его гибкость, возможность своевременной адаптации к быстро изменяющимся условиям внешней среды.

Изменчивость внешнего окружения заставляет вуз вырабатывать своего рода "систему противодействий", направленных на сглаживание негативных последствий ее изменения. К способам нейтрализации данного фактора относятся реорганизация структуры вуза и установление стратегических взаимоотношений с другими вузами.

Литература:

1. Carliss Baldwin, Kim B. Clark, *Managing in an Age Modularity*: Harvard Business Review, September – Oktober, 1997, p. 84-89.
2. Timothy M. Collins, Thowas L. Doorley. *Teaming Up for the 90s* (Homeword Ld Business One Irwin), 1991, p. 5
3. Крэвенс Дэвид В. *Стратегический маркетинг*, 6-е издание, - М.: Издат. дом "Вильямс", 2003. – 752 с.

ПАРАДОКСЫ УПРАВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ

В. Ситко, Е.И. Мешайкина

*Высшая школа предпринимательства и администрации, Люблин, Польша
УО «Брестский государственный технический университет», Беларусь*

«Самой важной инновацией XX века является управление.» - считает П. Друкер [2]. Даже если полагать, что это утверждение является преувеличенным или слишком помпезным, то и так значение современной науки управления невозможно переоценить. Богатые знания в области менеджмента являются, с одной стороны, ценным достижением нашего времени, но с другой – источником проблем в практике управления, вызванных трудностью их непосредственного применения. Менеджер, когда его организация находится в сложной ситуации, может только мечтать о том, чтобы иметь в распоряжении конкретный метод, позволяющий обеспечить эффективность. Появления таких однозначных методов решения проблем в практике управления не стоит даже ожидать. Подходы, которые дали прекрасные результаты в одной организации и были в неизменном виде применены в другой, как правило, не оправдывались. Точно так же те из них, которые были проверены практикой и эффективны в прошлом, не дают гарантий на успех в будущем. Такие известные, полные эйфории методы, как реинжиниринг, реструктуризация, аутсорсинг, управление изменениями, обучающиеся организации и т.д. в одних организациях стали основой развития и достижения высокой позиции, в других – привели к упадку [3].

Наибольшее значение в развитии управления конца XX – начала XXI века придается стратегическому менеджменту. Распространилось убеждение, что там, где управление не основывается на стратегических принципах, появляются проблемы и кризисные ситуации. Парадоксально, но практика показывает, что банкротами становятся и стратегически управляемые организации. Нет на рынке таких фирм, как Роллс Ройс или Ягуар, а ведь они обладали миссией, стратегией. Может, миссия на практике является только иллюзией? Это, конечно, не означает, что стратегическое управление не имеет смысла. Его концепции и методы оправдали себя во многих случаях, особенно там, где проводились основательные комплексные изменения [4].

Принято считать, что источник успехов организации находится в его ок-

ружении. Действительно, не зная внешних тенденций, менеджеры не могут оценить шансы и угрозы развития организации. Особенно часто из поля зрения исчезают скрытые тенденции и те, которые И. Ансофф назвал «слабыми сигналами» [1]. В этой ситуации стратегическое управление сосредотачивается на сильных и слабых сторонах, ключевых компетенциях и исключительных возможностях организации, что приводит к очередному парадоксу – сильные стороны становятся причиной кризиса. Весь персонал организации, от высшего руководства, до рядовых сотрудников, с энтузиазмом концентрируется на развитии сильных сторон, чему сопутствует уверенность в правильности и единственности выбранного пути развития. Как следствие, недостаточно внимательно осуществляется анализ информации, поступающей из окружения, а тем более не принимается во внимание критика извне. Парадокс заключается в том, что сосредоточение на позитивных действиях (сильных сторонах организации) приводит к упадку.

Еще одним парадоксом современного менеджмента является ситуация, когда организация, достигнув высоких финансовых результатов, на волне успеха входит в новые виды бизнеса, о которых знает мало или ничего, или создает альянсы с партнерами, осуществляющими совершенно иную деятельность. Эффект – кризис и исчезновение с рынка.

Положительно оценивается включение в команду менеджеров организации отважных, динамичных футуристов. Бывает, что им удается нетрадиционным образом завоевать значительный сегмент рынка за счет использования счастливой возможности. А позже недостаток систематичности, регулярности, упорядоченности вызывает серьезные проблемы. Очередной парадокс.

В практике управления последних лет делается упор на маркетинг, рекламу, продвижении продукции. Менеджеры и маркетологи думают, в основном, о том, как наилучшим образом обслужить клиента, упуская из поля зрения такую цель организации, как качество продукции и рациональность основных процессов.

Одним из наиболее известных методов проведения радикальных изменений в организациях является реинжиниринг. Этот теоретически очень привлекательный и широко распропагандированный авторами подход незначительно оправдал себя на практике. Во многих ситуациях большие эффекты принесли медленные, систематические, инкрементальные изменения. Снова дилемма – революция (реинжиниринг) или эволюция (инкрементализм)?

Выбранные примеры парадоксов в современном менеджменте подтверждают, что мир организаций хаотичен и непостоянен. Каждое действие менеджеров должно быть основано на системном подходе, учитывать особенности организации и ее окружения.

Литература:

1. Ансофф И. Стратегическое управление, - М.: Экономика, 1989.
2. Druker P.F. Zarządzanie w XXI wieku, Warszawa: Muza S.A., 2000.
3. Sitko W. Zarządzanie przedsiębiorstwem – ekonomika, prawo, kultura, etyka, Lublin: LCM Sp. z o.o., 2004.
4. Мешайкина Е.И. Управление в условиях экономической трансформации и глобализации, - Брест: БГТУ, 2002.

ПРОБЛЕМЫ КАЧЕСТВА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Н.Г.Надеина, И.М.Гарчук

*УО «Брестский государственный технический университет»,
Республика Беларусь*

Развитие высшего образования на современном этапе определяет-ся задачами перехода Беларуси к рыночной экономике и необходимо-стью преодоления опасности отставания от мировых экономических и общественных тенденций.

Уровень развития общества в рамках того или иного государства определяется как господствующими типами хозяйства, так и установив-шейся иерархией ценностей и интересов, характеристиками населения, то есть человеческим капиталом.

Всемирный банк на примере обследования 192 стран пришел к вы-воду, что только 16% роста в странах с переходной экономикой обу-словлены имеющимся физическим капиталом, 20% - природным капита-лом, остальные 62% связаны с человеческим и социальным капиталом. Положение стран в современном мире определяется образовательным интеллектуальным потенциалом. До 40% валового национального про-дукта наиболее развитые страны мира получают в результате эффе-ктивной системы образования. Образование дает возможность выгодно использовать в рамках всего процесса производства целый ряд позитивных факторов. Так, установлено, что образованные люди эффе-ктивной используют капитал, в результате чего он становится более произ-водительным. Они также предрасположены к введению новшеств, изобретению новых, более совершенных форм производства. Кроме этого, они делятся полученными результатами со своими коллегами по работе, которые учатся у них. Таким образом, повышение уровня образования ведет к повышению эффективности всех факторов производства.

Новые условия предоставления образовательных услуг вызывают необ-ходимость перестройки работы вуза, выпускающих кафедр, работодателей и самих обучающихся, поэтому все участники этого рынка должны учитывать следующие особенности, присущие только образовательным услугам:

- относительная длительность исполнения;
- отсроченность выявления результативности оказания услуг;
- периодичность оказания услуг;
- зависимость услуг от места их оказания и места проживания обу-чающихся;
- усиление потребности в образовательных услугах по мере удов-летворения данной потребности.

Спрос на образовательные услуги прямо связан с изменениями в экономической сфере страны, научно-техническим прогрессом, демо-графической ситуацией и уровнем культуры. Для успешной деятельно-сти на рынке образования вузу необходимо прогнозировать все важные для него изменения внешней и внутренней среды.

Одно из главных направлений модернизации образования в Республике Беларусь связано с повышением его качества, которое является важнейшей характеристикой конкурентоспособности и учебного заведения, и всего высшего образования страны. Конечными показателями, определяющими качество подготовки специалистов, являются знания, умения и навыки студентов, приобретенные ими в течение всего срока обучения.

Качество высшего образования зависит от определенных элементов деятельности вуза, которые во многом определяют уровень подготовки специалистов (рис. 1).



Рис. 1 Показатели, определяющие качество подготовки специалистов

Основным источником устойчивого развития страны, наряду с накопленным научно-производственным потенциалом, должен стать человеческий потенциал как совокупность физических и духовных сил нации, которые могут быть использованы для достижения индивидуальных и общественных целей. В современных условиях приоритеты развития человека, качественных вложений в человеческий потенциал являются отправным фактором общественного прогресса. Поэтому вложения в образование, науку и культуру – это не вычет из общественного блага, а первоначальные вложения в человеческий ресурс. Вложения в эту сферу являются самыми эффективными, если мыслить масштабами поколений.

Обеспечение устойчивого развития страны во многом зависит от уровня и качества образования граждан.

Создание научно-методического центра менеджмента качества образования и новых образовательных технологий в Брестском государственном техническом университете возможно позволит определить и решить проблемы качества подготовки специалистов в высшей школе.

Литература

1. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 г. – Мн.: Юнипак. – 200 с.

ФОРМАЛИЗАЦИЯ ПРОЦЕДУР ТАКТИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

И.И. Обухова

*УО «Брестский государственный технический университет»,
Республика Беларусь*

Выживаемость коммерческой организации в рыночной среде требует от руководства четкого понимания стратегических целей фирмы и эффективного решения тактических задач, способствующих их достижению. Однако на большинстве предприятий, особенно в таких ресурсоемких отраслях, как металлургия, машиностроение, капитальное строительство, до сих пор не наработана адекватная условиям переходного периода система внутрифирменного планирования. Для ее создания нами предложен комплексный механизм выработки плановых решений, состоящий из нескольких взаимодействующих между собой контуров планирования [1]. Узловым элементом данного механизма является тактическое (текущее) планирование, в ходе которого намечаются цели деятельности предприятия на обозримый период и определяются необходимые производственные ресурсы.

Предлагаемая интегрированная система внутрифирменного текущего планирования представляет собой совокупность взаимосвязанных блоков составления производственной программы, содержащей оптимальные первичные показатели деятельности предприятия в виде объемов товарной и валовой продукции, распределенных по интервалам

времени и структурным подразделениям, и выполнения на этой основе ресурсных расчетов, позволяющих сбалансировать цели и возможности организации. В ходе исследования решена задача формализации процедур тактического планирования и разработана оптимизационная модель для расчета показателей производственной программы, наилучших в заданных условиях. Оптимальная производственная программа предприятия составляется с помощью методов линейного программирования на основе многокритериального подхода.

Экономико-математическая модель определения затрат материальных, трудовых и денежных ресурсов для выполнения годовой производственной программы предприятия представлена в виде интегрированной матрицы. Преимущества матричного моделирования позволяют упорядочить подготовку информационных массивов, производить по требованию пользователей необходимую «упаковку» выходных документов, включая в них нужный круг показателей, и максимально автоматизировать плановые расчеты.

Компоновка структуры модели выполнена на основе содержательного анализа производственных процессов применительно к машиностроительному предприятию. На основе их изучения разработаны два варианта матричных моделей ресурсного плана, состоящих из четырех основных квадрантов и нескольких дополнительных разделов (крыльев). Их элементы отражают балансовые соотношения между результатами всех видов производства и затратами на их осуществление. В основе формализации ресурсных расчетов лежит принцип взаимосвязанного рассмотрения внутрипроизводственных затрат и объемов выпуска продукции (1 и 2 основные квадранты), потребности в материальных и финансовых ресурсах и их распределения по видам продукции и структурным подразделениям предприятия (3 и 4 квадранты) [2].

Стоимостные показатели затрат, согласно классификации по статьям калькуляции, последовательно определяются в 3 квадранте с использованием плановых коэффициентов косвенных расходов. Технологическая, цеховая, производственная и полная себестоимость изделий заданной номенклатуры служит основанием для расчета внутризаводской стоимости промежуточной продукции и отпускной цены товарной продукции предприятия.

Разработанные варианты матричных моделей отличаются детализацией проработки основных квадрантов. В первом варианте модели подробно отражены процессы изготовления промежуточной продукции в цехах предприятия с учетом внутризаводских норм расхода, что делает ее удобной для последующего оперативно-производственного планирования, однако усложняет ресурсные расчеты. Второй вариант структуры матричной модели отличается менее детальной проработкой основных квадрантов, где производится распределение запланированных ранее объемов промежуточной $||X_{ij}||$ и товарной $||Y_{ig}||$ продукции по i -м цехам

основного, вспомогательного и обслуживающего назначения. Модель содержит несколько дополнительных крыльев, в том числе матрицы нормативов производственных затрат на единицу j -й продукции $\|mt_j, u_j, r_j\|$ и дополнительных коэффициентов к расчету ее себестоимости $\|kd_j\|$. В правом крыле последовательно определяются конечные результаты производства в виде стоимости промежуточной продукции $\|Cij\|$, товарной продукции $\|Cig\|$, незавершенного производства $\|Di\|$, валовой продукции $\|Vi\|$ с распределением их по цехам и службам предприятия. Левые дополнительные крылья могут быть использованы для расчета внутрипроизводственных затрат по структурным подразделениям $\|Mti, Ui, Ri\|$ и планирования внешних поставок t видов материальных ресурсов с их распределением по s -м поставщикам $\|Mts\|$.

Гибкая структура матричной модели позволяет при изменении каких-либо внешних параметров или внутризаводских факторов менять количество строк или столбцов в определенных элементах матрицы, добавляя новые коэффициенты, показатели или корректируя порядок расчетов. С помощью дополнительных крыльев, корреспондирующих с основными квадрантами, модель можно распространить на определение любых требуемых для успешного внутрифирменного управления параметров тактического плана.

ЛИТЕРАТУРА

1. Обухова И.И., Грудницкая Н.А. Декомпозиционное планирование в социально-экономических организациях. Статья / Вестник БГТУ. Экономика – Брест, 2002. № 3 - С.2
2. Авдеев Ю.А. Оперативное планирование в целевых программах. - Одесса, 1990 – 131 с.

NIKTÓRE ASPEKTY STOSOWANIA KOMPUTEROWYCH METOD PROJEKTOWANIA KONSTRUKCJI INŻYNIERSKICH JAKO SPOSOBU PODNIESIENIA EFEKTYWNOŚCI PRACY

Beata Ordon, Politechnika Częstochowska, Częstochowa, Polska

Wspomaganie projektowania konstrukcji inżynierskich metodami komputerowym jest obecnie „potrzebą czasu” spowodowaną między innymi wysoką konkurencją na rynku. Jest wykorzystywane w całym procesie opracowywania dokumentacji techniczno - ekonomicznej inwestycji. Podczas wdrażania tej metody pracy, jej modyfikacji i stosowania trzeba brać pod uwagę wiele istotnych kwestii. Według autorki będącej inżynierem konstruktorem, są to między innymi kwestie następujące: właściwy dobór oprogramowania, bieżące umiejętności pracowników i ich rozwój, właściwa organizacja i zakres nadzoru projektanckiego.

Przy doborze oprogramowania bardzo istotna jest jego uniwersalność, czyli przydatność na wielu etapach procesu tworzenia dokumentacji oraz do projektowania różnych typów konstrukcji - pod względem rozwiązań technicznych i materiałowych. Stosowanie mniejszej liczby narzędzi - programów komputerowych - w konsekwencji ich wysokiej uniwersalności sprzyja wzrostowi efektywności pracy, ponieważ skutkuje skróceniem czasu potrzebnego do zapoznania się z tymi narzędziami i czasu

traconego przy wymianie danych między nimi. W takim kontekście bardzo duże znaczenie ma zgodność wykorzystywanych w programach procedur obliczeniowych z procedurami normowymi obowiązującymi w danym kraju, ponieważ ewentualna niezgodność powoduje konieczność wprowadzenia dodatkowych technik i narzędzi. Dużą oszczędność czasu uzyskuje się, gdy stosowane na różnych etapach procesu projektowania niezależne oprogramowanie jest kompatybilne, ponieważ przekazywanie danych pomiędzy programami odbywa się wtedy na zasadzie wymiany plików. Dodatkową, a z punktu widzenia projektanta bardzo ważną zaletą kompatybilności jest eliminacja ryzyka popełnienia błędów jak przy ręcznym wprowadzaniu danych. Efektywność pracy podwyższa się, gdy oprogramowanie jest łatwe w obsłudze. Składa się na to język opisu oprogramowania, przejrzystość budowy oraz jasność sformułowań w podręczniku użytkownika i w systemie pomocy wewnętrznej. Nie do przecenienia jest fachowa pomoc dystrybutora lub twórców oprogramowania przy rozwiązywaniu nietypowych zadań. Pozwala to nie tylko skrócić czas projektowania, ale także podwyższyć jakość projektu przez zastosowanie lepszych i dokładniejszych rozwiązań oraz uniknąć być może poważnych błędów.

Podstawowym warunkiem pełnego wykorzystania możliwości, jakie daje wspomaganie projektowania metodami komputerowymi, są wysokie umiejętności pracowników. Inżynierskim celem projektowania komputerowego jest wzrost dokładności odwzorowania konstrukcji i dokładności obliczeń. Wymaga to znacznie większej wiedzy, niż przy projektowaniu metodami tradycyjnymi, wykorzystującymi często daleko posunięte uproszczenia w modelu konstrukcji. Konieczny jest więc dobór kadry wysoko wykwalifikowanej, oraz organizowanie szkoleń w zakresie obsługi oprogramowania, a przede wszystkim modelowania komputerowego. Jak wynika z doświadczeń inżynierskich [1], projektant niedostatecznie wykształcony lub mający małą praktykę zawodową zbyt często zawiera błąd w obliczeniach komputerowych. Wiara w ich prawidłowość jest czasem spowodowana niedostatecznym zrozumieniem pracy konstrukcji. Projektant zapomina niekiedy o obowiązku weryfikacji obliczeń, który jest tym ważniejszy, że odpowiedzialność za błędy projektowe powstałe w wyniku błędów popełnionych przez twórców oprogramowania jest przerzucana na użytkownika.

Doświadczenia własne i dydaktyczne autorki pokazują, że komputeryzacja przygotowania danych i obliczeń nie pozwala uniknąć błędów, a czasem wręcz ułatwia ich powstawanie. Zdarza się, że są to błędy popełniane w sposób trywialny, na przykład w wyniku niedokładnego ustawienia kursora w oknie wyboru. Skutki tych błędów bywają często bardzo poważne, dyskwalifikujące nawet cały projekt. Aby tego uniknąć, powinno się wymagać od projektanta większej uwagi, staranności i samokontroli, niż przy projektowaniu metodą tradycyjną. Ze strony przedsiębiorstwa należy zadbać o właściwą organizację systemu nadzoru, który musi obejmować szczegółowo każdy etap pracy projektanta począwszy od wstępnego zestawienia danych, a skończywszy na kosztorysie do projektu technicznego i zawartości dokumentacji. Kontrolę powinni prowadzić specjaliści najwyższej klasy. Aby ewentualne błędy nie wpłynęły znacząco na efektywność pracy, kontrola taka powinna być prowadzona systematycznie, a najlepiej równoległe z postępem prac projektowych.

Wspomaganie projektowania metodami komputerowymi niesie ze sobą różne korzyści i zagrożenia, które łącznie wpływają na poziom efektywności pracy. Metoda ta pozwala uzyskać znaczący wzrost efektywności, ale tylko pod

warunkiem właściwej organizacji całego systemu. Zadaniem projektanta jest projektowanie konstrukcji bezpiecznych i funkcjonalnych, spełniających coraz ostrzejsze wymagania ochrony środowiska i zasobów naturalnych. Dlatego wzrost efektywności pracy nie może następować wskutek stosowania tak zwanych rozwiązań typowych.

Literatura

[1] Starosolski Wł.: Wybrane zagadnienia komputerowego modelowania konstrukcji inżynierskich, Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Gliwice 2003.

DYSTRYBUCJA USŁUG UBEZPIECZENIOWYCH

Dr. Roman Garbicz, Politechnika Częstochowska, Polska

Jednym z najważniejszych elementów marketingu ubezpieczeniowego ze względu na jego specyfikę jest system dystrybucji ubezpieczeniowej.

System dystrybucji ubezpieczeniowej stanowi skoordynowaną sieć organizacji i ludzi wykonujących operacje przemieszczania produktu ubezpieczeniowego od firmy do jej klientów. Wybór systemu dystrybucji zależy od rynku docelowego firmy ubezpieczeniowej i rodzaju produktów przeznaczonych dla tego rynku, a jednocześnie kształtuje rynek i produkt.

Istnieją dwa systemy dystrybucji w ubezpieczeniach:

- system sprzedaży pośredniej,
- system sprzedaży bezpośredniej.

W systemie sprzedaży pośredniej produkty ubezpieczeniowe są sprzedawane przez pracowników etatowych lub prowizyjnych w drodze ustnej prezentacji oraz rozmowy handlowej z klientem. System sprzedaży pośredniej, osobistej dominuje w ubezpieczeniach na życie, zdrowotnych i przemysłowych.¹ Pośrednikami mogą być:

- agenci,
- brokerzy,
- pośrednicy instytucjonalni,
- pośrednicy w działalności handlowej.²

System sprzedaży bezpośredniej (osobistej) obejmuje m.in.:

- system sprzedaży agencji,
- system sprzedaży brokerskiej,
- system sprzedaży etatowej.

System sprzedaży agencji czasem nazywany systemem agentów zawodowych opiera się na użyciu zawodowych agentów do sprzedaży i obsługi produktów ubezpieczeniowych. System sprzedaży agencji może być zorganizowany na dwa sposoby: jako system filialny bądź jako system oparty na agencjach generalnych.

W systemie filialnym tworzy się sieć filii opartych na zatrudnieniu etatowym. Działają one tak jak komórki centrali. Na czele znajduje się dyrektor wspierany przez koordynatorów agentów lub swoich zastępców,

¹ J.Monkiewicz, N.Puzio: Marketing ubezpieczeniowy i komunikacja marketingowa [w:] pod red. J.Monkiewicz: Podstawy ubezpieczeń tom III –przedsiębiorstwo, Poltext, Warszawa 2003, s.383

² Por. B.Nowotarska-Romaniak: Marketing usług ubezpieczeniowych, PWE, Warszawa 1996, s.75

kierowników ds. szkoleń oraz personel biurowy. Agenci pracujący dla filii mają umowy agencyjne z firmą, a nie z filią. W każdej chwili teren działania filii może być zmieniony, a personel przeniesiony w inne miejsce.

W systemie agencji generalnych – agent generalny jest niezależnym zleceniobiorcą posiadającym umowę agencyjną z firmą ubezpieczeniową. Agenci generalni są zarówno sprzedawcami, jak i zarządzającymi agencjami. Każdy agent generalny reprezentuje firmę na określonym terenie. Może to być reprezentacja wyłączna lub nie wyłączna. Kontrola firmy ubezpieczeniowej nad agentem generalnym wynika z postanowień umowy łączącej obydwie strony. Agent generalny z reguły nie otrzymuje stałego wynagrodzenia, ale ma prawo do nadprowizji. W tradycyjnym systemie firma ubezpieczeniowa płaciła całą należną prowizję agentowi generalnemu, który z kolei rozliczał się ze swoimi agentami. Obecnie przeważa rozwiązanie polegające na tym, że prowizja jest płacona przez firmę ubezpieczeniową agentom, a nadprowizja agentowi generalnemu. W ten sposób firma kontroluje wysokość prowizji, jaką otrzymują agenci.

System sprzedaży brokerskiej polega na wykorzystaniu niezależnych pośredników sprzedających na rzecz wielu zakładów. W Polsce broker nie może wiązać się z żadnym zakładem ubezpieczeń. Będąc doradcą klienta, szuka dla niego najlepszego produktu na rynku lub wręcz może doprowadzić do jego stworzenia.

System sprzedaży etatowej polega na użyciu etatowych agentów zakładów ubezpieczeń (na pełnym lub częściowym etacie).

System sprzedaży bezpośredniej pozwala dostawcom i konsumentom przeprowadzać transakcje bezpośrednio ze sobą. W tym systemie oferty są składane bezpośrednio odbiorcom zazwyczaj drogą pocztową, przez ogłoszenia w czasopiśmie, radio lub telewizję. Niekiedy sprzedaż bezpośrednia jest realizowana przez telefon, co określane jest mianem telemarketingu. Obecnie do tego celu często jest używany Internet.³

W przypadku sprzedaży bezpośredniej w dystrybucję zaangażowani są:

- niezależni agenci ubezpieczeniowi,
- wyłączni agenci ubezpieczeniowi,
- brokerzy-osoby fizyczne,
- brokerzy- osoby prawne,
- pracownicy zatrudnieni na podstawie umowy o pracę.⁴

System sprzedaży bezpośredniej może być używany do dystrybucji relatywnie prostych produktów ubezpieczeniowych, których właściwości można łatwo opisać w postaci ogłoszenia reklamowego.

Do sprzedaży bardziej skomplikowanych produktów ubezpieczeniowych winno się stosować system sprzedaży pośredniej.

³ Por. J. Monkiewicz, N. Puzio: Marketing ubezpieczeniowy i komunikacja marketingowa [w:] pod red. J. Monkiewicz: Podstawy ubezpieczeń tom III –przedsiębiorstwo, Poltext, Warszawa 2003, s.384-385

⁴ Por. K. Rodek: Kanały dystrybucji [w:] K. Rodek, Jerzy Vison: Marketing ubezpieczeń na życie, Poltext, Warszawa 1996, s.226-227

Literatura:

1. J. Monkiewicz, N. Puzio: Marketing ubezpieczeniowy i komunikacja marketingowa [w:] pod red.
2. J. Monkiewicz: Podstawy ubezpieczeń tom III –przedsiębiorstwo, Poltext, Warszawa 2003
3. B. Nowotarska - Romaniak: Marketing usług ubezpieczeniowych, PWE, Warszawa 1996
4. K. Rodek: Kanały dystrybucji [w:] Katarzyna Rodek, Jerzy Vison: Marketing ubezpieczeń na życie, Poltext, Warszawa 1996.

PODWYŻSZENIE EFEKTYWNOŚCI EKONOMICZNEJ EKSPLOATACJI BUDYNKÓW

A. LIS

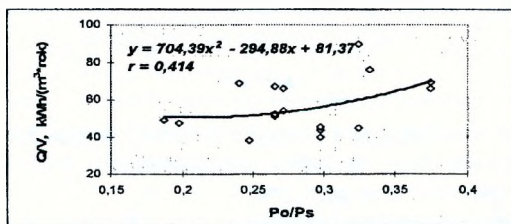
Politechnika Częstochowska, Częstochowa, Polska

Przystępując do projektowania obiektów budowlanych należy zwracać szczególną uwagę na szereg czynników wpływających na późniejszą efektywność energetyczną obiektów w okresie ich eksploatacji, a co za tym idzie efektywność ekonomiczną, wyrażoną poprzez zmniejszenie nakładów finansowych na ogrzewanie pomieszczeń ich oświetlenie czy ciepłą wodę użytkową. Nakłady te stanowią bowiem znaczną pozycją w budżecie późniejszych, potencjalnych użytkowników budynków [1].

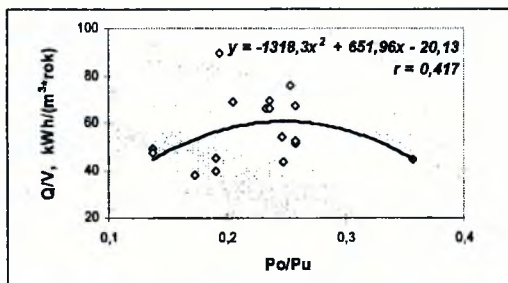
Badania ukazują możliwość sterowania efektywnością ekonomiczną w fazie eksploatacji budynków poprzez odpowiednie ukształtowanie m.in. wartości ich parametrów architektoniczno-budowlanych już w fazie projektowania, zmniejszające ich późniejszą energochłonność.

Badania przeprowadzono dla około 30 obiektach użyteczności publicznej. Parametry, na które zwrócono uwagę to przede wszystkim wielkość powierzchni przegród przezroczystych, współczynnik kształtu budynku oraz usytuowanie budynku w stosunku do stron świata. Parametry te odniesiono do efektywności energetycznej budynków wyrażonej poprzez zużycie ciepła przypadające na 1 m³ ogrzewanej kubatury budynku w ciągu roku.

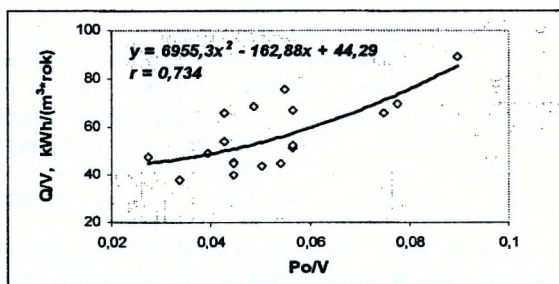
W pierwszym rzędzie przeprowadzono analizę wpływu wielkości powierzchni przegród przezroczystych jako stosunku pola powierzchni okien P_o do pola powierzchni ścian P_s na efektywność energetyczną (rys. 1.). Jest to najczęściej stosowany wskaźnik wyrażający przeszklenie budynku. Oceniono dodatkowo wpływ innych wskaźników: pola powierzchni okien P_o do pola powierzchni użytkowej P_u (rys. 2.) oraz do kubatury ogrzewanej (rys. 3.).



Rys. 1. Wpływ przeszklenia P_o/P_s na efektywność energetyczną budynku



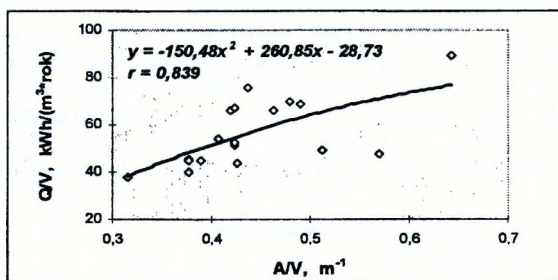
Rys. 2. Wpływ Po/Pu na efektywność energetyczną budynku



Rys. 3. Wpływ Po/V na efektywność energetyczną budynku

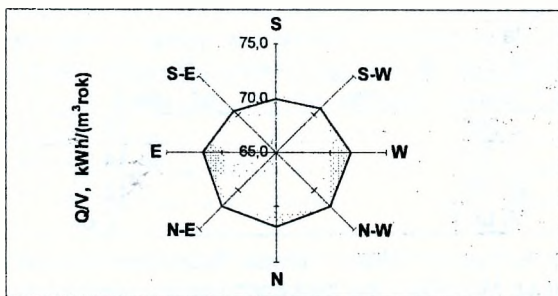
Odpowiednie sterowanie wielkością przeszklenia pozwala redukować zużycie ciepła na cele grzewcze. Efektywniejsze w prowadzeniu tych analiz wydaje się być stosowanie wskaźnika wyrażonego stosunkiem pola powierzchni okien Po do kubatury ogrzewanej V.

Wpływ kształtu budynku na jego efektywność energetyczną ilustruje rys. 4.



Rys. 4. Efektywność energetyczna budynku w funkcji współczynnika kształtu
Rozczłonkowanie bryły budynku w największym stopniu wpływa na obniżenie jego efektywności energetycznej.

Odpowiednie usytuowanie budynku w stosunku do stron świata może wydatnie podnieść jego efektywność energetyczną (rys 5).



Rys. 5. Usytuowanie budynku a jego efektywność energetyczna

Ważne w bilansie energetycznym są tutaj szczególnie zyski i straty ciepła przez przegrody przezroczyste.

LITERATURA

1. Lis A.: Czynniki wpływające na potrzeby ciepłe budynków. W: Międzynarodowa Konferencja Naukowo-Techniczna „Zagadnienia współczesnego budownictwa energooszczędnego o zoptymalizowanym zużyciu potencjału energetycznego” Częstochowa 2003, s. 148-155

PROBLEMY WSKAŹNIKOWEJ OCENY EFEKTYWNOŚCI ENERGETYCZNEJ OGRZEWANYCH BUDYNKÓW

P. Lis, W. Nowak

Politechnika Częstochowska, Częstochowa, Polska

Dysponowanie jednym lub kilkoma wskaźnikami ujmującymi w formie liczb wiarygodności ciepło-energetyczne budynków jest nieodzowne dla podejmowania decyzji racjonalizujących zużycie ciepła do ogrzewania.

Do niedawna wymagania dotyczące ochrony cieplnej budynków w Polsce stawiano przede wszystkim przez określenie maksymalnych wartości współczynnika przenikania ciepła U_{max} (dawniej k_{max}) w $W/(m^2K)$ dla przegród zewnętrznych budynku. Prym bardziej ziołonego potraktowania wiarygodności termoizolacyjnych przegród zewnętrznych było wprowadzenie (PN-82/B-02020) współczynnika przenikania ciepła k_B , jako średniej wartości dla wszystkich przegród w budynku. Współczynniki te uwzględniają wyłącznie wiarygodności termoizolacyjne przegród budowlanych, a więc jedynie część parametrów mających wpływ na zużycie ciepła do ogrzewania budynku.

W polskiej praktyce projektowej stosowany jest również wskaźnik odnoszący obliczoną moc szczytową do ogrzewania q do powierzchni ogrzewanej P_o lub kubatury V ogrzewanego obiektu (tak jak we Francji i Szwajcarii[1]). Wskaźnik q/V , w W/m^3 nie zawsze uwzględnia zyski ciepła oraz zakłada minimalną temperaturę obliczeniową na zewnątrz przez okres całego sezonu grzewczego i z tego powodu nie może być uznany za wielkość w prosty sposób kojarzoną przez użytkowników budynków z przeciętnymi warunkami ogrzewania w standardowym sezonie grzewczym. W tabeli 1 zaprezentowano orientacyjne

wartości q/V dla nowych h budynków mieszkalnych i użyteczności publicznej. W praktyce q/V dla budynków s^1 obliczane w sposób szczegółowy.

Tabela 1. Orientacyjne q/V dla budynków mieszkalnych i użyteczności publicznej

Maksymalna kubatura budynku, m^3	q/V (dla $t_i - t_e = 40^0C$), W/m^3
5 000	15,20 - 16,00
10 000	14,00 - 15,20
25 000	12,80 - 14,00
50 000	12,00 - 12,80

Od jakiegoś czasu w Polsce i Europie Zachodniej stosowany jest wskaźnik E w $kWh/(m^2a)$ lub $MJ/(m^2a)$, czyli zapotrzebowanie energii koczowej do ogrzania $1 m^2$ powierzchni ogrzewanej P_o budynku w standardowym sezonie grzewczym. Parametry wpływające na E są uwzględniane w sposobie obliczania zapotrzebowania na ciepło netto Q_n w sezonie grzewczym.

W wyniku prac normalizacyjnych na początku 1998 roku wprowadzono w Polsce, wzorem państw Europy Zachodniej, wskaźnik E wyrażony w $kWh/(m^2a)$, co jest rozwiązaniem lepszym z uwagi na wystąpienie, szczególnie w budynkach użyteczności publicznej, gwałtownych zmian wysokości kondygnacji. Jego wartości graniczne E_0 określono w zależności od współczynnika kształtu budynku A/V (tab. 5).

Tabela 5. Wartości graniczne E_0

$A/V, m^{-1}$	$E_0, kWh/(m^2a)$
$\leq 0,20$	29,0
$> 0,20 < 0,90$	$26,6 + 12(A/V)$
$\geq 0,90$	37,4

W przypadku zmian w systemach ogrzewania budynków lub zmian zachodzących w tym systemie wynikających z działań modernizacyjnych czynniki te nie wpływają na wartość E . Mając to na uwadze należałoby obok E podawać także jego zmodyfikowaną wartość E_{so} uwzględniającą parametry systemu ogrzewania i dynamik zmian zapotrzebowania na ciepło. Wskaźnik ten otrzymano wprowadzając wartość zapotrzebowania na ciepło brutto Q_b w miejsce Q_n .

Przedstawione powyżej wskaźniki E i E_{so} stanowią ujęcie w postaci pojedynczych liczb jasno charakteryzujących ciepło-energetyczne nowo projektowanych lub istniejących budynków mieszkalnych. W tym miejscu należy zauważyć, że określenie wymagać ciepłych dla budynków dopiero projektowanych i budynków już użytkowanych stwarza dwie jakościowo różne sytuacje. W pierwszym przypadku istnieje jedynie możliwość zastosowania charakterystyki ciepło-energetycznej budynku opartej na teoretycznych założeniach do obliczeń. Takim kryterium odpowiadają q/V , E i E_{so} .

W przypadku budynków istniejących zachodzi jednak nieco inna sytuacja. Mając to na uwadze bardziej wiarygodnym byłoby stosowanie również wskaźników obliczonych na bazie rzeczywistych wartości Q , ujmując w postaci jednej liczby term izolacyjności przegrody zewnętrznych i

parametry systemu wentylacji i ogrzewania, a także wpływ rzeczywistych czynników występujących w budynku jako „budowlano-instalacyjnej” całości.

Podsumowując przeprowadzone tutaj rozważania dotyczące formy oceny wiarygodności cieplno-energetycznych budynków stwierdzono:

- celowość zastosowania do oceny istniejącego budynku wskaźnika Q/V obliczonego na bazie rzeczywistego zużycia ciepła Q do jego ogrzewania;
- możliwość zastosowania w porównaniach i ocenie wiarygodności cieplno-energetycznych istniejących budynków (z obszaru o jednakowym klimacie) wskaźnika Q/V , z pominięciem teoretycznych E i E_{so} ;
- konieczność podejmowania badań z omawianego zakresu dla grupy budynków użyteczności publicznej, odmiennej funkcjonalnie, architektonicznie i materiałowo-konstrukcyjnie od budynków mieszkalnych.

Literatura

1. Serres L., Trombe A., Conihl J. H.: Study of coupled energy saving systems sensitivity factor analysis. Building & Environment 1997 nr 2 (03.1997), s. 137-148

STRATEGIE STRUKTURALNE PRZEDSIĘBIORSTW W WARUNKACH GLOBALIZACJI RYNKU

L.W. Regulski,

Politechnika Częstochowska, Częstochowa, Polska

Konsolidacja przedsiębiorstw sektora energetycznego jest procesem bardzo złożonym pod względem prawnym, organizacyjnym oraz socjotechnicznym. Jest jednak procesem koniecznym, gdyż: tworzone są struktury większe, w których można wykorzystać efekt synergii i skali; efekt skali powinien spowodować obniżkę kosztów działalności, co przenosi się na cenę i konkurencyjność polskiej gospodarki; powstaną struktury, które mogą być prywatyzowane za pośrednictwem WGPW.

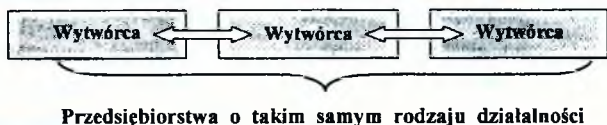
Stworzenie mocnych, dobrze zarządzanych firm z większym kapitałem - to efekt połączenia. Konsolidacja daje możliwości postępu technologicznego, rozwoju w dziedzinie telekomunikacji i informatyki, to lepsza obsługa klienta poprzez jego kompleksowe prowadzenie. Ponieważ konsolidacja nie oznacza likwidacji, zmiany nastąpią w scentralizowaniu majątku i zarządzania. [1]

Zintegrowanie powoduje zwiększenie efektywności, np. poprzez obniżenie kosztów własnych. Jest potrzebne ze względów konkurencyjności, zmierzenia się z potężnymi prężnymi firmami zachodnimi. Musi być poprzedzone bardzo dokładną analizą pozycji rynkowej firm i ich programem działania po połączeniu.

Restrukturyzacja sektora energetycznego będzie podporządkowana interesom obywateli nie tylko w zakresie kształtowania cen, ale także jakości obsługi i oferowanych usług. Ten fakt jednak nie wystarczy do przetrwania na rynku europejskim. Polska energetyka jest technicznie przestarzała, a ze złym zapleczem nawet skonsolidowana i sprywatyzowana nie będzie stanowić konkurencji w dłuższej perspektywie.

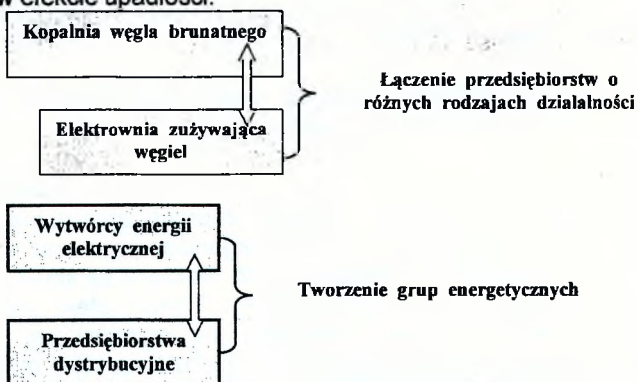
Osobną kwestią jest problem, jaki rodzaj konsolidacji przeprowadzić poziomą czy pionową. Jediną szansą na restrukturyzację pozostała wtedy

konsolidacja pozioma, czyli połączenie zakładów energetycznych w grupy. Rozdrobnienie krajowej energetyki nie dawało możliwości konkurowania z dużymi koncernami europejskimi.



Rys. 1 Konsolidacja pozioma przedsiębiorstw sektora energetycznego.

Potrzebna byłaby jeszcze konsolidacja pionowa krajowych przedsiębiorstw energetycznych z możliwością dostępu do sieci stronom trzecim. Podobna struktura istnieje w Niemczech. Konsolidacja pionowa pozwoliłaby uniknąć odciążenia krajowych wytwórców od rynku zbytu energii elektrycznej, spadku ich wartości, a w efekcie upadłości.

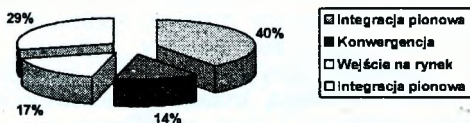


Rys. 2 Konsolidacja pionowa przedsiębiorstw sektora energetycznego.

Łączenie małych zakładów energetycznych wydaje się być naturalne i słuszne. Jeżeli mały zakład ma pozycję na swoim terenie jest w stanie działać natomiast, gdy zostanie ona zachwiana nie przetrwa.

W związku z upowszechnianiem się rynkowych reguł funkcjonowania w elektroenergetyce konsolidacja może nastąpić w wyniku inicjatyw oddolnych zgodnie z zasadą przymusu ekonomicznego. Nie powinno to jednak odbywać się bez ingerencji państwa. Jednak zbyt duża ingerencja państwa jest niewłaściwa. Zagrożeniem stają się działania pozorowane charakteryzujące się dużą intensywnością na etapie tworzenia nowych koncepcji, wymyślania strategii konsolidacji a zdecydowanie słabsze w procesie wprowadzania ich w życie.[2]

Nie możemy zajmować się polskim rynkiem w oderwaniu od rynku europejskiego, na którym zauważa się coraz silniejsze, duże podmioty. Występują tam bardzo silne trendy konsolidacyjne, coraz większa konkurencja. Duże firmy łączą się obejmując cały proces wartości począwszy od wytwarzania na działalności obrotowej kończąc.



Rys. 3 Powody największych transakcji w Unii Europejskiej.

Pozycja polskich przedsiębiorstw jest bardzo zagrożona, ponieważ zachodnie koncerny posiadają lepszą kondycję finansową i ekonomiczną dzięki długiej działalności na wolnym rynku, ciągłej modernizacji. Znacznie wcześniej zachodnie przedsiębiorstwa dokonały restrukturyzacji głównie poprzez konsolidację.

Literatura

1. Gierszewska G., Wawrzyniak B., Globalizacji. Wyzwania dla zarządzania strategicznego, Poltext, Warszawa, 2001
2. Borowiecki R., Restrukturyzacja przedsiębiorstw w obliczu procesów transformacji, integracji i globalizacji, Restrukturyzacja i integracja gospodarcza a procesy restrukturyzacji i rozwoju przedsiębiorstw, Kraków 2003.

CZYNNIKI EKONOMICZNE WYNIKAJĄCE Z NADBUDOWY I TERMOMODERNIZACJI BUDYNKU MIESZKALNEGO

Mgr inż. Sławomir Grabara

Politechnika Częstochowska – Częstochowa – Polska

WSTĘP

W ostatniej dekadzie po przemianach ustrojowych w Polsce obserwuje się drastyczny spadek w budownictwie mieszkaniowym, zarówno w zabudowie zwartej, blokowej jak i też i jednorodzinnej. Przyczyną takiego stanu jest rosnące bezrobocie, ogólne zubożenie społeczeństwa oraz brak zainteresowania ze strony kolejnych rządów tym problemem.

Postępujący wzrost cen energii, ma olbrzymi wpływ na koszty eksploatacji substancji mieszkaniowej, przy czym gro kosztów w skali całego roku stanowi ogrzewanie. Założeniem niniejszego artykułu jest przedstawienie rozwiązań techniczno-ekonomicznych mających na celu powiększenie powierzchni mieszkalnej budynku jednorodzinnej, wolnostojącego oraz jego termomodernizacja. W niniejszym artykule podjęte zostały następujące zagadnienia. Przedstawiona została koncepcja architektoniczno-budowlana powiększenia powierzchni mieszkalnej. Na jej podstawie możliwe było sporządzenie przedmiaru robót i materiałów oraz sporządzenie kosztorysu. Wykonanie obliczeń dotyczących współczynnika przenikania ciepła przez stare ściany dało możliwość dobrania odpowiedniej grubości materiału do ocieplenia tak, aby zostały zachowane obowiązujące w tym zakresie normy. Obliczenie zaś rocznego zapotrzebowania na ciepło w budynku istniejącego oraz budynku po modernizacji daje obraz możliwych oszczędności pomimo powiększenia jego powierzchni.

1. INWENTARYZACJA BUDYNKU ISTNIEJĄCEGO

Budynek jednorodzinny zbudowany został po koniec lat 30-tych ubiegłego wieku, w technologii tradycyjnej, jako piętrowy, całkowicie podpiwniczony, częściowo ze strychem użytkowym. Ławy fundamentowe i mury piwnic wykonane z kamieni wapiennych, mury posiadają izolację przeciwwilgociową poziomą i pionową. Mury nadziemia wykonane z cegły ceramicznej, pełnej, grubości ścian budynku wynoszą 58cm i 42cm. Ścianki działowe z cegły pełnej ceramicznej na zaprawie cementowo - wapiennej są grubości 6cm i 12cm. Nadproża okienne i drzwiowe, ceglane, płaskie. Stropy nad piwnicami oraz nad parterem typu Kleina, na belkach dwuteowych 120 z wypełnieniem cegłą ceramiczną układaną na płask. Strop nad I piętrzem drewniany belkowy, ze ślepym pułapem. W budynku jest klatka schodowa ze schodami dwubiegowymi. Schody wykonane są z jako betonowe, na płycie żelbetowej z belkami policzkowymi. Więźba dachowa drewniana z deskowaniem pełnym i pokryciem wykonanym z papy. Stolarka okienna jest drewniana, stolarka drzwiowa też wykonana jest z drewna Dane ogólne o budynku:

- powierzchnia zabudowy	132,90 m ²
- powierzchnia całkowita	398,70 m ²
- powierzchnia użytkowa	275,10 m ²
- kubatura	1211,50 m ³ .

2. OBLICZENIE PARAMETRÓW CIEPLNYCH BUDYNKU ISTNIEJĄCEGO

Założenia do programu [3]:

- powierzchnia ogrzewana - 178 m²
- kubatura ogrzewana - 612 m³

Otrzymane wyniki :

- współczynnik przenikania przez ściany zewnętrzne $U = 1,090 \text{ W/m}^2\text{K}$
 - współczynnik przenikania dla stropodachu wentylowanego $U=1,300 \text{ W/m}^2\text{K}$
 - roczne zapotrzebowanie na ciepło do ogrzewania $E = 274,75 \text{ GJ/rok}$
- Otrzymane wyniki pokazują znaczne zużycie ciepła do ogrzewania budynku. a także znaczne przekroczenia we współczynnikach przenikania które wg obowiązujących norm wynoszą :
- dla stropodachu $U_{\max} = 0,3 \text{ W/m}^2\text{K}$
 - dla ścian zewnętrznych $U_{\max} = 0,3 \text{ W/m}^2\text{K}$

3. NADBUDOWA I TERMOMODERNIZACJA BUDYNKU

Prace które należy wykonać przy robotach modernizacyjnych są następujące:

- Rozbiórka pokrycia dachu i całej więźby dachowej.
- Naprawa i wzmocnienie stropu o konstrukcji drewnianej nad piętrzem budynku.
- Nadbudowa ścian zewnętrznych i wewnętrznych.
- Wykonanie tynków wewnętrznych i zewnętrznych.
- Wykonanie tynków wewnętrznych i zewnętrznych.
- Wykonanie nowej więźby dachowej o konstrukcji drewnianej i pokrycia połaci dachowych dachówkami ceramicznymi.
- Wykonanie izolacji z wełny mineralnej gr. 30 cm stropodachu i tynków z płyt kartonowo-gipsowych na stelażu metalowym.
- Termomodernizacja całego budynku.
 - wymiana stolarki okiennej,

- docieplenie ścian zewnętrznych płytami styropianowymi gr. 12 cm.

Dane ogólne o części nadbudowywanej:

- powierzchnia zabudowy - 132,90 m²
- powierzchnia całkowita - 120,90 m²
- powierzchnia użytkowa - 82,80 m²
- kubatura - 271 m³

4. OBLICZENIA CIĘPLNE BUDYNKU PO NADBUDOWIE I TERMOMODERNIZACJI

Założenia do programu [3]:

- powierzchnia ogrzewana - 265 m²
- kubatura ogrzewana - 827 m³
- ściany zewnętrzne z cegły pełnej ceramicznej grub. 51 cm, dwustronnie tynkowane, docieplenie ściany 12 cm warstwą styropianu
- docieplenie stropodachu 30 cm warstwą wełny mineralnej

Otrzymane wyniki :

- współczynnik przenikania przez ściany zewnętrzne $U = 0,255 \text{ W/m}^2\text{K}$
- współczynnik przenikania dla stropodachu wentylowanego $U=0,162 \text{ W/m}^2\text{K}$
- roczne zapotrzebowanie na ciepło do ogrzewania $E = 149,84 \text{ GJ/rok}$

PODSUMOWANIE

Celem artykułu jest ekonomiczne uzasadnienie modernizacji i termomodernizacji starych budynków.

Koszt nadbudowy obliczony na podstawie: rysunków technicznych, obmiaru robót [1], [2], kosztorysu [4], wyniósł 21 276 Euro, budynek powiększony został o jeszcze jedno mieszkanie o powierzchni 82,8 m². Daje to wartość uzyskania nowej powierzchni mieszkalnej za kwotę 257 Euro za 1 m². Ponieważ ceny mieszkań w zabudowie szeregowej wynoszą 429 Euro za 1 m², w zabudowie blokowej zaś 511 Euro za 1 m², koszt 1 m² nowej powierzchni mieszkalnej wyniósł 54,6 % średniej ceny nowych mieszkań.

Poprzez wykonaną termomodernizację wymagany obecnie współczynnik przenikania przez przegrody zewnętrzne $U_{\max}=0,3 \text{ W/m}^2\text{K}$ nie został przekroczony ponieważ dla ścian zewnętrznych wyniósł $U = 0,255 \text{ W/m}^2\text{K}$, a dla stropodachu $U = 0,162 \text{ W/m}^2\text{K}$.

Zużycie ciepła na sezon grzewczy spadło ogółem o 54,5 %, ale w stosunku do powierzchni ogrzewanej o 62,3 %.

Dodatkowym efektem jest prawa architektury budynku poprzez zmianę dachu na dwuspadowy oraz kolorowe cienkowarstwowe tynki akrylowe.

6. LITRERATURA

1. Katalog Nakładów Rzeczowych nr.2-02 – Konstrukcje budowlane – tom I i II. WACETOB-PZITB, Warszawa 1998r.
2. Katalog Nakładów Rzeczowych nr.4-01 – Roboty remontowe budowlane. WACETOB-PZITB, Warszawa 1998r.
3. Program komputerowy do obliczania współczynnika U dla ścian, sezonowego zapotrzebowania na ciepło E , zapotrzebowania na moc cieplną dla pomieszczeń – OZC.
4. Program komputerowy do kosztorysowania NORMA-3

WYGŁADZANIE WYKŁADNICZE – METODA PROGNOZOWANIA W ZARZĄDZANIU PRODUKCJĄ

Agnieszka Strzelecka

Politechnika Częstochowska, Częstochowa, Polska

W zarządzaniu produkcją niezwykle istotną rzeczą jest wczesne docieranie informacji do przedsiębiorstwa, które dzięki temu ma czas na podjęcie odpowiednich, najlepszych dla niego decyzji. Informacji tych dostarcza system prognostyczny przedsiębiorstwa, którego zadania polegają nie tylko na dostarczeniu informacji o nadchodzących zmianach otoczenia, ale również na dostarczeniu informacji o skutkach tych zmian dla przedsiębiorstwa, wyrażonych w postaci prognoz zmiennych opisujących jego działalność.

W praktyce prognozowania często spotyka się przypadek, w którym jedynym źródłem informacji o badanym procesie ekonomicznym, a więc także jedyną podstawą do prognozowania jego przebiegu w przyszłości, jest szereg danych empirycznych - z reguły niezbyt długi. Najczęściej spotykany, w zarządzaniu produkcją, szeregiem czasowym jest szereg przedstawiający wartości charakteryzujące pewien proces gospodarczy. Jest to tzw. ekonomiczny szereg czasowy.

Konieczność przewidywania przyszłego przebiegu procesów ekonomicznych przy skąpej informacji spowodowała rozwinięcie metod analizy szeregów danych, tj. , wyrównywanie wykładnicze. Polega ono na wygładzaniu szeregu czasowego zmiennej prognozowanej za pomocą ważonej średniej ruchomej, przy czym wagi są określane według prawa wykładniczego.

W zależności od rodzaju składowych danego szeregu czasowego wygładzanie wykładnicze może być oparte m.in. na:

1. prostym modelu wygładzania wykładniczego, stosowanym w przypadku występowania w szeregu czasowym prawie stałego poziomu zmiennej prognozowanej oraz wahań przypadkowych. O stałym poziomie prognozowanej zmiennej jest mowa, gdy w szeregu czasowym nie ma tendencji rozwojowej, wartości zaś prognozowanej zmiennej oscylują wokół pewnego (stałego) poziomu. Punktem wyjścia do opisu modelu może być równanie używane do określenia prognozy na podstawie modelu średniej ruchomej prostej. Konstruując prognozę na moment/okres t przyjmuje się, że będzie ona równa prognozie wyznaczonej na moment/okres poprzedni $t-1$, skorygowanej o pewną część jej bezwzględnego błędu *ex post*. Wartość tej części (parametru wygładzania) wyznacza się z reguły eksperymentalnie wybierając z prognoz dla różnych wartości tego parametru (wyznaczanych na podstawie próbki wstępnej) tę wartość, przy której średni kwadratowy błąd prognoz wygasłych jest najmniejszy.

2. modelu liniowym Holta, służącym do wygładzania szeregu czasowego, w którym występuje tendencja rozwojowa i wahania przypadkowe. Do budowy modelu wygładzania wykładniczego Holta są potrzebne początkowe wartości komponent F_1 i S_1 oraz wartości parametrów α i β . Jako wartość F_1 można m.in. przyjąć pierwszą wartość zmiennej prognozowanej - y_1 , a za S_1 - różnicę $y_2 - y_1$, bądź też odpowiednio współczynnik kierunkowy i wyraz wolny liniowej

funkcji trendu oszacowanej na podstawie próbki wstępnej. Poszukiwania wartości parametrów wygładzania polegają najczęściej na przeprowadzeniu serii eksperymentów komputerowych, w których stosowane są różne kombinacje wartości tych parametrów, a następnie na wyborze tej kombinacji, która minimalizuje średni kwadratowy błąd prognoz wygasłych.

3. modelu Wintersa, w którym oprócz tendencji rozwojowej, wahań przypadkowych występują również wahania sezonowe. Jeżeli poszczególne składowe szeregu czasowego zmieniają się szybko, to uważa się, że wartości parametrów wygładzania należy ustalić na poziomie bliskim jedności, w przeciwnym zaś przypadku - na poziomie bliskim zeru. Wartości tych parametrów można również, tak jak w poprzednio opisanych metodach wygładzania, wybrać metodą eksperymentu, minimalizując średni kwadratowy błąd prognoz wygasłych, dla prognoz z jednookresowym wyprzedzeniem.

4. wyrównywaniu wykładniczym Browna, będącym modyfikacją poprzednich metod, w którym przyjmuje się określony model trendu zjawiska, co umożliwi prognozowanie. Metody Browna są stosowane zarówno z jednym parametrem, jak i z dwoma parametrami α i β , gdzie jednak β jest tempem adaptacji. Przy małej wartości α relatywnie duży wpływ na wartości wyrównywane mają także dawniejsze obserwacje obciążone różnokierunkowymi wahaniami. Przy wysokiej wartości α zdecydowany wpływ na wartość wyrównywaną wywiera obserwacja ostatnia lub nieliczne najnowsze obserwacje - wyrównywany szereg szybko „podąża” za nowymi obserwacjami.

Reasumując, prognozowanie odgrywa bardzo ważną rolę w zarządzaniu przedsiębiorstwem. Niezwykle istotną rzeczą jest zatem umiejętność wyboru odpowiedniej metody prognozowania. Zastosowanie niewłaściwej metody prowadzi do mylnych wniosków, a co za tym idzie może spowodować podjęcie niesłusznej decyzji odnośnie zarządzania w przedsiębiorstwie.

Literatura

1. Cohen W. A., *The Practice of Marketing Menegament*. 2nd ed. Macmillan Publishing Company, New York 1991.
2. *Prognozowanie gospodarcze*. Red. M. Cieślak, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław 1993.

IMPLIKACJE WYNIKAJĄCE Z TEORII TREŚCI NA TEMAT MOTYWACJI DLA ZARZĄDZANIA

Jolanta Urbańska,

Politechnika Częstochowska, Częstochowa, Polska

Niezbędnym warunkiem efektywności organizacji jest zastosowanie bodźców motywacyjnych dla pobudzenia i ukierunkowania zachowań ludzi w grupie pracowniczej.

W myśl teorii treści ludzie mają wewnętrzne potrzeby, a motywacja zmierza do ich zaspokojenia bądź redukcji (A. Maslow, D. McGregor, F. Herzberg, J.W. Atkinson, D. McClelland).

Implikacje wynikające z teorii treści dla zarządzania.

Maslovowska teoria potrzeb w aspekcie zarządzania uświadomiła konieczność stosowania rozbudowanej puli nagród dla pracowników odpowiadających kolejnym wyróżnionym przez Maslova potrzebom. Teoria ta uzmysłowiła również zarządzającym konieczność identyfikacji potrzeb pracowników i jednostkowych preferencji form ich zaspokajania. W praktyce zarządzania teoria ta zmusza do rozpoznania potrzeb pracownika, by następnie zaspokoić dominujące potrzeby w celu uzyskania ze strony pracownika zachowań pożądaných przez organizację.

Aldeferowskie rozpoznanie potrzeby rozwoju osobistego ma swe praktyczne zastosowanie w zarządzaniu. To właśnie dzięki tej teorii przedsiębiorstwa po zidentyfikowaniu potrzeb pracowniczych stosują szkolenia dla pracowników w celu podniesienia ich kwalifikacji, kierownictwo wyznacza zadania dające pracownikom poczucie samorealizacji czy też wprowadza się metody zarządzania oparte na autonomii.

Dwuczynnikowa teoria motywacji Fredericka Herzberga jest pierwszą, która dostrzegła problem zależności między satysfakcją z pracy a wykończeniem. Dzięki tej teorii pragmatycy zarządzania dostrzegli korelację pomiędzy efektywnością pracy z punktu widzenia wymogów organizacji, a satysfakcją pracownika. W praktyce teoria ta wprowadziła zwiększenie bądź w ogóle partycypację pracowników w procesie zarządzania oraz dała pracownikom możliwość rozwoju i samorealizacji. Ponadto zaliczenie przez Herzberga wynagrodzenia do czynników higieny obalilo dotychczas obowiązujący kanon wiary w prostą zależność pomiędzy wysokością wynagrodzenia a efektywnością pracy. Zgodnie z dwuczynnikową teorią motywacji wysokie wynagrodzenie może być czynnikiem braku niezadowolenia, ale nie ma swego przełożenia na satysfakcję z pracy czy też wzrost wydajności¹. Ponadto Herzberg odkrył, że sama praca może być dla pracownika źródłem satysfakcji i motywacji. Naukowiec piszący artykuł przejawia zachowanie ukierunkowane na cel. Jeśli poziom merytoryczny jego opracowania będzie bardzo wysoki badacz uzna, że jego wysiłek przyniesie mu uznanie, a jego motywację do pracy wzmocni świadomość, że samo pisanie artykułu jest czynnością wartościową intelektualnie. Natomiast teoria dwoistego czynnika Herzberga o braku wpływu wynagrodzeń na poziom motywacji jest prawdziwą przy średnim poziomie dochodów. Herzberg zwrócił uwagę na ograniczoność siły sprawczej pieniędzy jako motywatora. Współcześnie uważa się, że pracownicy bardziej emocjonalnie reagują na sytuację, gdy są wynagradzani poniżej satysfakcjonującego poziomu, niż pracownicy z przekonaniem o odpowiednim wynagradzaniu.

Potrzeba osiągnięć Atkinsona w działalności menedżera przekłada się na zaspokojenie pracowniczej potrzeby przynależności. Sama obecność w organizacji w pewnym stopniu potrzebę tę zaspakaja, ale wzmocnienia typu wspólne imprezy czy zbliżony system „wartości zbiorowych” przynależnych tej tylko organizacji są gratyfikacjami dla pracowników o wysokiej potrzebie przynależności.

¹ Karaś R., (2003). Teorie motywacji w zarządzaniu. Wyd. AE w Poznaniu. Poznań

Teoria zachowań przedsiębiorczych, nazywana też teorią trychotomii potrzeb, Davida McClellanda z jej czołowym założeniem o możliwości kształtowania przez organizację potrzeb pracowników, a w efekcie ich motywów działania, w praktyce zarządzania kapitałem ludzkim przyniosła rozwój szkoleń pracowników w kierunku wykształcenia zachowań korzystnych dla organizacji. Kolejną zasługą tej teorii dla doświadczeń zarządzania jest udzielanie przez przełożonego pochwał czy też metody usamodzielniające pracowników i wpływające na wzrost ich odpowiedzialności. W procesie rekrutacji zgodnie z tezami McClellanda nie można ograniczać się do kompetencji formalnych kandydata, ale należy zwrócić uwagę na jego typ osobowości².

Teoria pracy D. McGregora o sprzecznych typach osobowości ma swe przełożenie dla działań zarządczych: istotnym jest z punktu widzenia efektywnego motywowania, aby kierownicy i bezpośrednio podlegający im pracownicy podzielali zbliżone systemy wartości odnoszące się do organizacji. Ponadto McGregor dzięki koncepcji ocen kierowników wpłynął na ukształtowanie się poglądu, zgodnie z którym wśród kierowników samych oceniających własną pracę postawa obronna jest rzadkością, natomiast późniejsze wykonawstwo zadań nie odbiega od oczekiwań.

Teorie treści koncentrowały się na tym, co się motywuje, natomiast w koncepcjach twórców zaliczanych do grona przedstawicieli teorii treści zabrakło wyjaśnień na temat samego procesu motywacji, tj. jak skutecznie motywować pracownika dla zwiększenia efektywności jego działań.

Bibliografia:

1. Karas R., (2003). Teorie motywacji w zarządzaniu. Wyd. AE w Poznaniu. Poznań
2. Maslov A. H., (1954). Motivation and personality. New York. Harper&Row
3. Maslov A.,(1990). Motywacja a osobowość. PAX
4. Robins S.P.,(1998). Zachowania w organizacji. Wyd. PWN. Warszawa
5. Serafin K.,(1996). Człowiek w organizacji. Wyd. Górnośląska Wyższa Szkoła Handlowa. Katowice

ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ МЕЛКОЙ ЧАСТНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В ПЕРЕХОДНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Н.В. Андреева

БФ ЧУО "ИСЗ им. А.М. Широкова", Брест, Республика Беларусь

Становление мелкой частной собственности в белорусской экономике непосредственно затрагивает три важных аспекта проблемы ее формирования:

- пути возникновения форм частной собственности,
- материальную основу формирования собственности,
- степень их адаптации к рыночным отношениям.

Мелкую частную собственность и ее формы можно охарактеризовать примерно по следующим сущностным аспектам:

² Karas R., (2003), ibidem, s.33

- формам связи факторов производства, раскрывающим характер и способ присвоения материальных благ;
- объектам собственности - средства и результаты производства;
- субъектам собственности - личность, группы лиц;
- роли мелкой частной собственности в развитии рыночных отношений.

Основой для возникновения мелкой частной собственности выступает индивидуальная собственность. Индивидуальная частная собственность в качестве субъектов, осуществляющих присвоение материальных благ, определяет:

- во-первых, тех, кто занимается индивидуальной трудовой деятельностью (артельщики, кустари, ремесленники, мастеравые);
- во-вторых, обладателей интеллектуальной собственности (художников, писателей, композиторов, научных работников);
- в-третьих, владельцев земельных участков (фермеров);
- в-четвертых, руководителей малых частных предприятий, имеющих юридическое подтверждение на право единолично распоряжаться имуществом своего предприятия.

В современном белорусском предпринимательстве сейчас идет процесс формирования таких черт, которые наиболее полно раскрывают характер субъекта индивидуального присвоения. К ним относятся:

- владение капиталом;
- ориентация на извлечение прибыли и капитализацию доходов;
- способность адаптироваться к меняющимся рыночным условиям;
- умение правильно оценить структуры рыночных потребностей и выявить те из них, которые могут быть удовлетворены лучше;
- самостоятельность и ответственность;
- управление производством и другие.

Принятое ныне в западной литературе разделение предпринимательской функции на ресурсную, организаторскую и творческую, пожалуй, наиболее точно отражает тот набор черт, который начинает раскрывать характер субъекта мелкой частной собственности.

Развитие мелкой частной собственности в различных ее видах связано с адаптацией к потребностям нового типа экономического роста, главная движущая сила которого - предпринимательская активность. Ее возрастание закономерно приводит к трансформации структуры субъектов мелкой частной собственности. Основным моментом такой трансформации является перераспределение прав собственности. Накопилось множество ограничений правомочий собственника со стороны государства. Свободный доступ к собственности и отношения ответственного распоряжения ею являются условиями нормального включения человека в рыночную экономику. Восстановление цивилизованных форм частной собственности будет способствовать восстановлению многообразия индивидуальных социально-экономических форм хозяйствования.

Количество малых предприятий всех форм собственности на конец 2002 года в республике составило 29 044 предприятий, по сравнению с 2001 годом их число увеличилось на 1 276 предприятий или на 4,6 % [2, с. 558]. Количество индивидуальных предпринимателей на конец 2002 года составило 229, 8 тыс. и увеличилось по сравнению с 2001 годом на 27,1 тыс. или на 13,4%.

Малые предприятия вступают в реальную конкуренцию с крупными государственными структурами; большинство из них является многопрофильными, что значительно повышает их устойчивость на рынке за счёт внутрипроизводственного перераспределения ресурсов и работы на различных сегментах рынка. Абсолютный и относительный рост малого бизнеса на фоне общего спада производства и кризисного состояния многих крупных предприятий демонстрирует его большой внутренний потенциал. Вместе с тем малое предпринимательство в республике не играет той позитивной роли в национальной экономике, которая характерна для экономически развитых стран. Удельный вес малого предпринимательства в ВВП РБ не превышает 6,6 %, на долю занятых приходится около 8,8 % общей численности экономически активного населения. Трудности малого бизнеса значительно усугубляются переходным характером развития экономики. Это проявляется в экономической нестабильности, в кризисном состоянии производственных отраслей, неразвитости инфраструктуры, давлении со стороны более крупных конкурентов, отсутствии разумной политики протекционизма со стороны государства, несоблюдении расчётной и финансовой дисциплины, отсутствии стимулов для долгосрочных инвестиций и развития новых технологий, спросовых ограничениях, неравномерном положении на рынке кредитных и инвестиционных ресурсов, недостаточности навыков управления, а также хозяйственном криминалитете.

ЛИТЕРАТУРА

1. Технологические инновации в сфере малого предпринимательства Беларуси / Д. Смолбоун, А. А. Слонимский, О. С. Лицкевич, А. А. Матрунич, Ф. Вельтер // *Белорусский экономический журнал*. – 2002. – № 4. – С. 84 – 91.
2. Статистический ежегодник Республики Беларусь. – 2002. (Стат. сб.). – Минстат Республики Беларусь. – Минск, 2002. – 611 с.

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ТУРИЗМОМ В ПОЛЬШЕ

М.Н.Баюн

*УО «Брестский государственный технический университет»,
Республика Беларусь*

В настоящий момент на государственном уровне все чаще поднимаются вопросы о путях развития туристской отрасли в Республике Беларусь, о мерах, способных сделать ее одной из высокодоходных отраслей экономики. При этом зачастую указывается на неэффективность существующей системы управления туризмом в Республике Беларусь и

необходимость ее реформирования. В этой связи целесообразно рассмотреть опыт соседних государств, добившихся существенных успехов в данном направлении и обладающих сходными с Республикой Беларусь условиями для развития туризма.

Наиболее интересен опыт соседней Польши, которая начала развивать туризм около 15 лет назад, а уже в 2000 г. вышла на 12-е место в мире и на 8-е в Европе по приему иностранных туристов. Доходы, полученные страной от туризма в 2000 году, составили около 20% всех валютных поступлений страны.

Прибытия иностранных туристов в Польшу, млн. чел.

Год	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
К-во	3,4	11,4	16,2	17,0	18,8	19,2	19,4	19,6	18,8	17,9	17,4

Источник: Yearbook of Tourism Statistics

На сегодняшний день турпоток в Польшу по сравнению с 1990 г. возрос примерно в 6 раз. Необходимо отметить, что среди туристов преобладают приезжающие из Европы, что свидетельствует о существенном улучшении экономической ситуации в стране и наличии соответствующей инфраструктуры. Одним из главных факторов успешного развития туризма в Польше является система управления.

В Польше разделены политико-стратегические и административно-оперативные функции управления туристской отраслью. Главный орган государственного управления по вопросам туризма формирует общую экономическую стратегию Польши в области туризма, а продвижением национального туристского продукта в стране и за границей занимается Польская туристская организация. Ее основными задачами являются широкая реклама туристских возможностей Польши, развитие информационных систем и создание инфраструктуры туризма. Решение этих задач важно для развития как въездного, так и внутреннего туризма, ПТО является организацией с трехступенчатой системой «промоушн», опирающейся на региональные и местные туристские организации в стране. По таким принципам действует British Tourist Authority, которая является старейшей национальной туристической организацией в мире, по такому же принципу работают немцы, австрийцы, испанцы и французы. ПТО имеет представительства во многих странах мира, которые непосредственно занимаются рекламой туристских возможностей Польши за рубежом. В странах, где представительств нет, эта миссия возлагается на отделения внешнеэкономического сотрудничества посольств Польши, представительства авиакомпании LOT и культурные центры.

В настоящий момент главной задачей ПТО является создание новых турпродуктов, способных удержать население Польши на туристических объектах своей страны. Большая ставка делается на развитие региональных и местных туристических организаций, создана программа их поддержки (юридической и профессиональной).

Для выпуска рекламных изданий создан Совет по печати. Вместе с Туристической палатой Польши и при поддержке владельцев отелей и ресто-

ранов, а также органов местного самоуправления печатаются профессионально подготовленные каталоги и буклеты по конкретному туристическому продукту, предназначенные для различных целевых аудиторий.

В Министерстве экономики создан Департамент туризма, который осуществляет надзор за деятельностью Польской туристской организации. В 2001 г. создан Совет по туризму, который является вспомогательным органом в формировании политики в области туризма, механизмов регулирования туристского рынка и продвижения национального туристского продукта.

Существует родственная ПТО структура - Польское агентство развития туризма (ПАРТ), самостоятельная единица, акционерное общество, в котором ПТО имеет более 98% долевого участия. Агентство ведет работу по развитию туризма в регионах Польши. Совместно с органами местного самоуправления создаются программы поддержки малого и среднего бизнеса в туризме, разработана программа гарантийных фондов для инвестиций в туризм. Другой, не менее важной задачей ПАРТ, является привлечение новых инвесторов.

Интересным проектом ПАРТ по развитию внутреннего туризма является разработка отпускных бонусных программ, по примеру Франции и Венгрии, суть которых заключается в том, что за отпуск, проведенный в Польше, граждане страны будут получать бонусы и возможность в следующий раз покупать путевки на отдых в стране все дешевле и дешевле.

Безусловно, система управления туристской отраслью является не единственным фактором успешного развития туризма в Польше. Для этого необходима слаженная работа многих структур, и все же в структуре управления туристской отраслью нашей республики очень многое стоило бы позаимствовать, поскольку такая система доказала свою эффективность на практике как Польши, так и многих других стран Западной Европы.

ЛОГИСТИКА РАСПРЕДЕЛЕНИЯ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ СБЫТОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Л.А. Буйко, Р.Б. Ивуть

*УО «БГЭУ», Бобруйский филиал, Бобруйск, Республика Беларусь
УО «БНТУ», Минск, Республика Беларусь*

В рыночной экономике сбыт представляет собой систему отношений в сфере товарно-денежного обмена между экономически и юридически свободными субъектами рынка сбыта, реализующими свои коммерческие потребности. Субъектами рынка сбыта выступают продавцы и покупатели – предприятия, организации и частные лица, объектом сбыта является товар – материальная продукция. Управление движением и сбытом материальной продукции - одна из наиболее сложных областей управления предприятием, так как именно сбыт продукции является завершением всего процесса производства, эффективного как для самого предприятия, так и для общества в целом.

Интенсивные изменения рынка, влияющие на реализацию поставок, новые технологии и давление издержек пробудили интерес к логистике распределения. Для осуществления процесса распределения товаропроизводитель должен принимать и реализовывать в рамках политики распределения стратегическо-сбытовые решения, а в рамках политики обеспечения их реализации – тактико-сбытовые решения.

Стратегическо-сбытовые решения направлены на достижение таких целей товаропроизводителя, как освоение рынка, сохранение рынка и исчерпание рынка. Тактико-сбытовые решения представляют собой методические инструменты по выбору тех или иных сочетаний элементов сбыта: длины, ширины канала сбыта и предлагаемых удобств.

Важным обстоятельством, вынуждающим производителя ответственно подходить к принятию стратегическо-сбытовых решений и использовать логистику для их реализации, является то, что эти решения оказывают активное влияние на другие виды хозяйственной политики предприятия: ценовую политику, политику ассортимента и производства.

Распределительная логистика является интегрированной системой планирования и организации предоставления в распоряжение соответствующим инстанциям хозяйственной системы предприятия необходимого количества нужных видов товаров, на которые предъявляется обеспечивающий прибыль спрос, в нужное место и в нужное время по оптимальным ценам, охватывает движение товаров, по крайней мере, от производителя к его рынкам сбыта. Рыночное значение логистики распределения обусловлено возложением различными распределительных функций торговли на производителя, таких как складское хранение и предварительное определение ассортимента продукции, а также возрастающей конкуренцией в сфере сервиса и связанными с этим высокими расходами на распределение.

Логистика распределения определяет средства и пути оптимального обслуживания каналов распределения. Распределительной подсистемой реализуется комплекс мероприятий по подготовке процесса обмена. Именно в процессе обмена определяются важность и ценность произведенной продукции для общества, формируются средства для возобновления воспроизводства. При этом по каналам распределения перемещаются материальные, информационные, финансовые и трудовые потоки. Поэтому каналы распределения относятся к элементам предприятия, которые требуют особого внимания при формировании логистической системы предприятия.

Выделяют два типа каналов распределения: горизонтальные и вертикальные.

Горизонтальные каналы состоят из независимого производителя и нескольких независимых посредников. Каждый уровень канала (посредник) представляет собой отдельное предприятие, стремящееся обеспечить себе максимальную прибыль. В случае функционирования горизонтальных

каналов распределения на основе логистического подхода, каждый участник образует микрологическую систему, совокупность которых объединяется в макрологическую систему, содержащую микрологистические системы предприятия, всех посредников и самого потребителя.

Вертикальные каналы распределения состоят из производителя и нескольких посредников, действующих как единая система. Один из уровней канала является собственником остальных. Участники вертикального канала территориально отделены от предприятия. Следовательно, они не входят в его микрологистическую систему, так как находятся за территорией данного предприятия. Но при достаточно значительной зависимости участников канала от предприятия образуется некоторая логистическая система, в которой процессы образования и функционирования логистических потоков схожи с подобными процессами в рамках микрологистической системы. Чем больше зависимость, тем меньше различий в формировании и функционировании материальных, информационных, финансовых и трудовых потоков внутри предприятия и в рамках расширенной логистической системы, включающей несколько уровней канала.

Маркетинг формирует условия покупок и продаж, а логистика оптимизирует планирование и управление потоковыми процессами. Интеграция логистики и маркетинга способствует тому, что логистическое моделирование становится инструментом эффективной организации и управления сбытовой деятельностью.

ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ БРЭНДОВ БЕЛОРУССКИМИ ПОТРЕБИТЕЛЯМИ

Т. Т. Бурдук

*УО «Брестский государственный технический университет»,
Республика Беларусь*

Как известно, в понятие брэнда входят сам товар или услуга, набор характеристик, ожиданий, эмоций, ассоциаций, воспринимаемых пользователем и приписываемых им товару (имидж товара, brand-image), а также обещания каких-либо преимуществ, данные автором брэнда потребителям - то есть тот смысл, который вкладывают в него сами создатели. [1].

Существенную роль на совершение тех или иных покупок играет подсознательное восприятие потребителями брэнда, некоторые особенности которого приведены ниже:

- ✓ потребительское сознание устроено так, что люди, несмотря на объективное качество товара, как наилучшую воспринимают только первую, проникшую в их сознание, марку;
- ✓ потребительское восприятие брэндов очень сильно дифференцировано в зависимости от возрастного критерия и социального положения;
- ✓ потребители лучше воспринимают брэнд, который постоянен в своем преимуществе и верен своей идее;

✓ наиболее успешными в маркетинге оказываются простые, доходчивые объяснения особенностей предлагаемых товаров;

✓ внедрение все больших товарных категорий затрудняет восприятие потребителей, тем более, если эти категории «размывают» основную идею и суть брэнда. [2].

Для оценки восприятия национальных брэндов белорусскими потребителями был проведен опрос респондентов, принадлежащих разным социальным группам, который показал, что наибольшую эмоциональную приверженность белорусские потребители испытывают к таким брэндам, как «Коммунарка», «Санта Бремор», «Атлант» и «Горизонт». [3].

В целом результаты исследования свидетельствуют о достаточно низком уровне приверженности белорусских потребителей к национальным брэндам.

Главными критериями различия восприятия брэндов белорусскими потребителями являются уровень их доходов и социальный статус.

Белорусские брэнды, в основном, поддерживаются отечественными потребителями среднего и пенсионного возраста, достаточно ограниченными в доходах.

Среди белорусских потребителей высокого и части среднего социального статуса наблюдается почти полное игнорирование белорусских брэндов ввиду их «непрестижности», «некачественности», сопровождающееся сильной приверженностью к западным брэндам.

Особенно серьезное отношение к брэдингу и применению брэндов для демонстрации и коммуникации ценностей характерно для класса предпринимателей, а также тех людей, которые осознанно или неосознанно сомневаются в устойчивости своего положения и испытывают потребность в подтверждении своего статуса.

Ситуацию развития брэндового сознания белорусских потребителей во многом можно объяснить целым рядом негативных факторов, которые сдерживают развитие концепции брэдинга на потребительских рынках Беларуси:

- ✓ Недостаточное развитие маркетинговых умений и навыков.
- ✓ Хроническая нехватка средств на маркетинг.
- ✓ Несовершенное законодательство по охране товарных знаков.
- ✓ Неопределенность в покупательской ориентации на отдельные торговые марки.
- ✓ Фактор насыщения рынка.
- ✓ Фактор низкой покупательной способности населения.
- ✓ Фактор государственных и общественных мер по защите отечественного потребителя.
- ✓ Фактор высокого уровня недоверия к рекламе.
- ✓ Фактор неприятия белорусским населением «мягкой продажи»
- ✓ Фактор неразвитости на рынке комплекса маркетинговых коммуникаций.

✓ Фактор «рекламной недостаточности». [4].

Таким образом, только при наличии полной маркетинговой концепции, максимально использующей достижения современного брэндинга, возможно достижение улучшения восприятия и создание устойчивой приверженности белорусских потребителей отечественным брэндам.

Литература:

1. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В. Основы маркетинга. – М.: Вильямс, 1999.
2. Евгений Акулич. Брэндинг в фокусе стиля жизни. // Маркетинг, реклама и сбыт. - Мн., 2003, № 12 - с. 25-32.
3. Валерий Тарелко. Система построения брэнда.// Маркетинг, реклама и сбыт. - Мн., 2003, № 11 - с. 100-103.
4. Ольга Чуприс. Особенности восприятия брэндов потребителями. // Маркетинг, реклама и сбыт. - Мн., 2004, № 12 – с. 25-32.

ФОРМИРОВАНИЕ КОМАНДЫ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ РБ

М.В. Варакулина

БФ ЧУО «ИСЗ им. Широкова», Брест, Республика Беларусь

Процесс превращения нескольких, выполняющих взаимосвязанные задания, сотрудников малого предприятия в единую команду предполагает прохождение нескольких этапов: формирование, смятение, нормирование, выполнение работы и расформирование[1]. Эффективность каждой последующей стадии во многом зависит от эффективности прохождения предыдущей. Таким образом, можно говорить о том, что от первого этапа (формирование команды) зависит результативность всей последующей работы с командой.

Подбор команды подразумевает правильный набор и отбор персонала исходя из квалификации работников, а не служебного положения и взаимоотношений с руководством предприятия.

В целом, характеризуя процедуру набора и отбора персонала на МП в современных условиях в РБ, можно отметить, что на большинстве предприятий процедура носит достаточно упрощенный характер. Основным источником получения информации о кандидате служат рекомендации с предыдущих мест работы. На предприятиях практически не используются современные теоретические и практические разработки по вопросам отбора персонала. Основным способом избежания ошибок в данном аспекте выступает испытательный срок (используется на всех МП). При этом потери, которые в любом случае будут иметь место при данном подходе к вопросам набора и отбора персонала, «поглощаются» предприятием (здесь под термином поглощение понимается принятие ущерба и его покрытие за счет средств самого предприятия).

Использование командного подхода в работе предприятий малого бизнеса предполагает необходимость формирования эффективной ко-

манды, что предполагает проведение процедуры подбора таким образом, чтобы она обеспечивала достижение максимально возможной эффективности деятельности команды.

В любой команде происходит статусно-ролевое распределение, предусматривающее, с одной стороны, придание каждому члену команды определенной роли, т.е. места в иерархии, а с другой стороны, определение статуса работника. Необходимо, чтобы в команде имели место все типы работников, поскольку именно в данном случае можно говорить о возможности сохранения командного равновесия. Говоря о типах поведения работников, автор работы исключает его деструктивные разновидности, такие как девиантное поведение, эгоистическое поведение и т.д. По мнению автора работы, с учетом положений соционики, при подборе членов команды руководителю целесообразно обратить внимание на наличие следующих типов работников:

- 1) организатор – организует совместную работу членов команды;
- 2) исполнитель – воплощает идеи в действия;
- 3) генератор – осуществляет создание новых идей;
- 4) аналитик – проводит аналитическую работу по оценке идей и проблем;
- 5) коммуникатор – развивает контакты, необходимые для приведения в действие реализуемых проектов;
- 6) гармонизатор – поддерживает других участников команды и нормальный микроклимат в коллективе;
- 7) отражатель – критикует идеи команды, подмечает значимые детали и определенным образом на них реагирует;
- 8) детализатор – занимается деталями проекта.

В соответствии с «числом Мюллера» (7 ± 2) приводится именно восемь типов, поскольку число восемь – это фундаментальная психологическая константа, вокруг которой считается желательным выстраивать практически ориентированную классификацию.

Во второй главе данного исследования была приведена оценка процедуры набора и отбора персонала, применяемая на предприятиях малого бизнеса. Исходя из целей формирования эффективной системы управления персоналом на предприятии малого бизнеса, целесообразно проводить процедуру подбора персонала в следующей последовательности:

- 1) определение перечня вакансий;
- 2) разработка характеристик работ;
- 3) привлечение претендентов;
- 4) тестирование;
- 5) составление окончательного списка кандидатов;
- 6) собеседование;
- 7) принятие решения;
- 8) информирование отсеянных кандидатов.

Следует отметить, что в каждом конкретном случае процедура может корректироваться, однако в той или иной форме все эти этапы обязательно проходить для обеспечения оптимального результата и возможности снижения потерь, связанных с ошибками в подборе команды.

Литература

1. Ньюстром Дж.В., Дэвис К. Организационное поведение/ Перевод с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб.: Издательство «Питер», 2000. – 448с.: ил.

МАРКЕТИНГОВАЯ СИСТЕМА ИНФОРМАЦИИ (MIS) В УПРАВЛЕНИИ ОБЪЕКТАМИ ТРАНСГРАНИЧНЫХ ТРАНСПОРТНЫХ ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМ (ТТЛС)

Ю.А. Власюк,

*УО «Брестский государственный технический университет»,
Республика Беларусь*

Рациональное управление логистическими системами базируется на создании эффективного информационного обслуживания управляющих центров, что создаёт предпосылки для современного маркетингового подхода к логистике.

Маркетинговому управлению предшествует объемная аналитическая работа, связанная с поиском, систематизацией, обобщением, хранением и переработкой информации, касающейся транспортно-логистического рынка и внутренней ситуации в ТТЛС. Эта информация должен определенным образом переплывать как между макросредой и предприятием, так и внутри самого предприятия, соответствующим способом обрабатываясь, являясь основой для принятия маркетинговых решений. Для этого служит так называемая маркетинговая система информации (Marketing Information System – MIS), которая охватывает работников, технические средства и процедуры сбора, организации, анализа и оценки, представления потребителям данных в необходимом объеме и в нужное время. MIS позволяет принимать решения, используя подготовленную в удобной форме информацию, что содействует ускорению и правдоподобности анализа конкретных ситуаций и принятию обоснованных решений. Это дает возможность уменьшить риски последствий нерациональных решений, тем самым повысить организационно-экономическую надежность маркетингового управления ТТЛС.

Современное предприятие должно постоянно совершенствовать свою информационную систему, так как в условиях непрерывных изменений в среде транспортного рынка увеличивается потребность в актуальной и достоверной информации. Такая потребность обусловлена также усилением конкурентной борьбы, сокращением цикла жизни транспортно-логистических услуг, глобализацией рынка и т.п. Рационально запроектированная и эффективно действующая MIS значительно увеличивает шансы предприятия на рынке и позволяет избежать угроз.

Основными составляющими маркетинговой информационной системы должны стать: внутренние источники информации, состояние системы учета, отчетности, служебной корреспонденции, картотеки партнеров и конкурентов по транспортно-логистическому процессу, а также результаты маркетинговых исследований, подсистема мониторинга окружения и т.д., что содействует ускорению и достоверности анализа конкретных ситуаций и принятию обоснованных решений.

Это дает возможность уменьшить риски последствий нерациональных решений, тем самым повысить организационно-экономическую надежность маркетингового управления предприятием.

Рационально запроектированная и эффективно действующая MIS значительно увеличивает шансы предприятия на рынке, позволяет избежать угроз и включает в себя:

- подсистему сбора данных, обеспечивающую соответствующее накопление информации, как из внешних, так и из внутренних источников;
- банк данных, дающий возможность хранения, обработки и целенаправленного поиска информации;
- банк моделей и аналитических инструментов, обеспечивающих оформление информации в виде, способствующем принятию решений;
- подсистему постоянного поступления информации из банка данных, систематически накапливающую отчетность по результатам работы и содержащую информацию, необходимую для маркетингового планирования и контроля реализации планов;
- подсистему обработки специальных сведений, позволяющую подготавливать информацию для анализа нетиповых ситуаций.

Рационально спроектированная и функционирующая система маркетингового управления позволяет обеспечить эффективность деятельности ТТЛС, что дополняет эффективность, рассчитанную на стадии инвестиционного планирования.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ВУЗОМ

И.М. Гарчук

*УО «Брестский государственный технический университет»,
Республика Беларусь*

С обретением независимости Республикой Беларусь определились ключевые моменты развития образования – создание национальной модели образования. В настоящее время происходит поиск новых путей, ориентиров. Новые условия перехода общества к рыночным отношениям поставили высшие учебные заведения в сложное положение. Процесс стабильности системы образования был нарушен под воздействием внешнего окружения – экономических, политических, социальных, технологических факторов. Усложнилась и требует нового управления организация работы вузов, т.к. методы работы, знания, умения и навыки, сформировавшиеся в прежних условиях хозяйствования, стано-

вятся недостаточными для реализации изменившихся управленческих функций. Обострилась конкурентная борьба между вузами за выживание на рынке образовательных услуг.

Стратегическое управление представляется одним из способов прогнозирования будущих проблем и возможностей высшего учебного заведения. Это взаимосвязанный комплекс деятельности с целью укрепления жизнеспособности и конкурентоспособности вуза по отношению к другим субъектам рынка образовательных услуг. Важность стратегического управления заключается в появлении у вуза возможности ускоренной адаптации к особенностям рынка. Необходима новая стратегия менеджмента, повышающая конкурентоспособность вуза. Необходимость стратегии вузов в настоящее время обусловлена:

- 1) перенасыщением предложений со стороны различных государственных и негосударственных вузов;
- 2) требованием населения к качеству образования;
- 3) борьба вузов за потенциальный контингент студентов.

Стратегическое управление опирается на человеческий потенциал как основу организации, направляет производственную деятельность на запросы потребителей, осуществляет изменения в организации в ответ на изменения факторов внешней и внутренней среды. Все это позволяет организации добиваться конкурентных преимуществ для выживания и достижения своей цели в долгосрочной перспективе.

Основными составляющими любого вуза, независимо от его размера, сферы функционирования и задач, которые он решает, являются люди (преподаватели, руководители, аспиранты, студенты, обслуживающий персонал), задачи, для решения которых данный вуз предназначен, и управление, которое формирует и приводит в движение потенциал вуза для решения этих задач. Как и любая организация, вузы имеют в своем составе структурные подразделения: филиалы, факультеты, кафедры, научно-исследовательские учреждения, лаборатории, библиотеки, учебно-производственные мастерские и др.

Для достижения своих целей вуз должен обладать достаточным и эффективным потенциалом. Оценка и анализ потенциала включает проведение социологических исследований, использование расчетов количественных показателей, тестирования, наблюдений, моделирования и разработку рекомендаций и положений. Разработка стратегии предполагает работу с персоналом. Это система ценностей и установок, существующих в вузе, отношение к работе, понимание будущего, стремление к изменениям. С этой целью может быть предложена структура деятельности вуза, дающая возможность организовать работу сотрудников более эффективно, т.е. с сокращением затрат при получении оптимальных результатов (рис. 1).

Стратегия будет реализована лишь в том случае, когда все участники этого процесса заинтересованы в этом процессе.

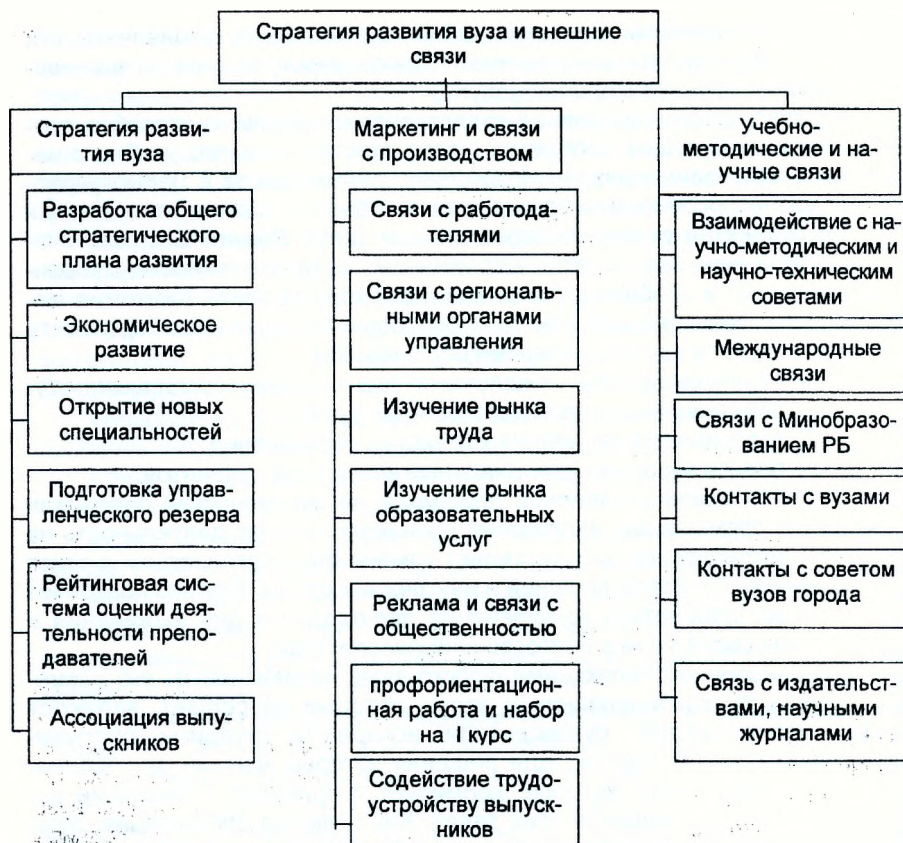


Рис. 1 Стратегия развития вуза и внешние связи в схеме организационно-функциональной структуры управления вузом

Стратегия позволяет сократить или избежать деятельности, не отвечающей главным интересам и целям, и направить высвободившиеся ресурсы на решение наиболее важных задач.

На сегодняшний день победить и занять достойное место на рынке образовательных услуг могут только вузы, которые постоянно изучают спрос и предложение, предлагают адекватные платежеспособному спросу и качеству услуг цены, поддерживают связи с работодателями, органами управления, СМИ и т.д.

Литература

1. Вышэйшая школа. – 2004 - №5 (27)

ПЕРЕХОД К ИНФРАСТРУКТУРНОЙ МОДЕЛИ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ КАК ОСНОВА РОСТА ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОГО СПРОСА НА ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ

М.В.Голуб,

*Белорусский государственный экономический университет,
г. Минск, Республика Беларусь*

Современный этап социально-экономического развития характеризуется смещением приоритетов развития с темпов экономического роста на обеспечение условий для гармоничного развития человека и удовлетворение его потребностей.

Сложившаяся в Республике Беларусь структура производства, в том числе структура производства продуктов питания, не способна удовлетворить структуру потребления человека и обеспечить уровень жизни, приемлемый для начала XXI века.

Категория уровня жизни характеризует структуру потребностей человека и возможности их удовлетворения. Одним из показателей, характеризующих уровень жизни населения, является структура потребления продуктов питания в соответствии с научно обоснованными нормами.

В настоящее время в нашей стране сложилась ситуация, когда платежеспособный спрос на продукты питания удовлетворен, однако не достигнуты объемы потребления в соответствии с научно обоснованными нормами питания. Поэтому для решения текущих и стратегических задач политики доходов и заработной платы преобразования в нашей стране должны быть направлены на изменение структуры производства, способной обеспечить увеличение платежеспособного спроса и на этой основе дальнейшее развитие отраслей по производству продовольствия.

Разработанная гипотеза стадийного развития дает объяснение закономерностей перемещения «полюсов» экономического роста и эволюции структуры производства. Можно говорить об аграрном, индустриальном и инфраструктурном типе экономической системы, которые исторически обусловлены и сменяют друг друга в ходе экономической эволюции. Системный кризис, переживаемый белорусской экономикой в настоящее время, обусловлен исчерпанием индустриальной парадигмы развития. Переход к инфраструктурной модели включает экономическую и социальную модернизацию. Информационные технологии превращаются в ключевой фактор экономического развития и создания рабочих мест. Возрастает роль сектора услуг, социальных стандартов качества, развитой структуры потребностей.

Концепция экономического перехода определяет, во-первых, качественные изменения в структуре производства, во-вторых, количественные пропорции общественного продукта, влияя на количество и качество задействованных ресурсов.

Для инфраструктурной модели занятости характерны пропорции общественного труда, базирующиеся на сокращении численности заня-

тых в сельском хозяйстве, изменении соотношения занятых в отраслях промышленности, производственной и социальной инфраструктуры при увеличении количества работников в наукоемких отраслях.

Расширение сфер занятости для населения на основе развития наукоемких производств предполагает создание предпосылок роста производительности труда, получения продукции с меньшими затратами всех видов ресурсов.

Для осуществления перехода от индустриальной модели к инфраструктурной необходимо создание механизмов, форм управления, типов поведения, а также проведение стратегических преобразований в структуре экономики.

Переход к инфраструктурной модели занятости позволит повысить экономический статус и рыночные функции оплаты труда. Структурная трансформация и повышение уровня оплаты квалифицированного труда сформирует предпосылки увеличения объемов потребления продуктов питания в соответствии с рациональными нормами и перехода на этой основе к более высоким стандартам качества жизни населения.

МЕТОДИКИ УПРАВЛЕНИЯ СТРОИТЕЛЬНЫМИ ПРОЕКТАМИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИХ РАЗВИТИЯ

В.В. Гуров

Московский государственный строительный университет, Россия

Строительство в современных экономических условиях ведётся в сжатые сроки и с необходимостью реализации весьма сложных инвестиционных проектов. В последнее время возросла доля элитного жилья, офисных зданий А и В классов, многофункциональных торговых и рекреационных центров. Объёмы строительства в городе распределяются следующим образом. Больше всего средств, внимания отводится строительству объектов по городским заказам и программам. Незначительные объёмы занимает строительство по инвестиционным контрактам, но если сравнивать по денежным затратам, то общая стоимость строительства по городским программам не намного превышает строительство по инвестиционным контрактам. Это обусловлено тем, что город делает ставку на количество, а инвесторы - на многофункциональность. Отраслевое строительство по госзаказам в городе занимает небольшие объёмы, а в регионах оно преобладает.

Каждому такому типу застроек свойственны особые характеристики. Объекты строительства по городским и государственным заказам, осуществляющиеся подконтрольными им подрядчиками строятся обычно весьма долго из-за бюджетного финансирования и сложностей, возникающих при подготовке и согласованию документации. Эти сложности обусловлены большим количеством вовлекаемых в инвестиционный строительный цикл организаций, имеющих сильную растянутость структуры управления по вертикали. Строительство по инвестиционным контрактам, наоборот, ведётся очень быстро и почти всегда превышает

расходы по стоимости, определённой на стадии подписания контракта. Это обусловлено тем, что инвестору нужна быстрая прибыль и он делает ставку на сроки строительства, не жалея денег. Заказчики и подрядчики в свою очередь, для того чтобы выиграть тендер, назначают весьма короткие сроки строительства при небольшой начальной стоимости проекта. Но для того, чтобы вписаться в сроки, инвестор и заказчик вынуждены идти на дополнительные затраты. Отсюда вырисовываются две политики управления проектом, которые различаются по способу финансирования: инвестиции и бюджетное финансирование.

Так, при управлении проектом по инвестиционному контракту требуется выполнить все пожелания инвестора, желательно не слишком превышая базовую цену проекта, но самое главное - сроки. Например, строительство офисного здания класса А за 1,5 – 3 года, начиная с момента подачи инвестором идеи. А такой же сложности строящееся здание по городскому заказу и управляющееся структурным подразделением городского правительства или подконтрольной ему организацией ведётся не менее 5-9 лет с момента подачи идеи.

Основным инструментарием управления проектом является календарное планирование. В России очень давно начали применяться модели календарного планирования при управлении строительством. Тогда это были табличные методы, циклограммы и сетевые графики. Но широкого применения они не имели, и постепенно календарное планирование перестало применяться. На западе календарное планирование очень широко используется в виде графиков Ганта и обобщённых сетевых моделей. С бурным развитием информационных технологий стали создаваться системы автоматизированного управления проектами, базирующиеся на календарном планировании, которые позволяют также осуществлять и такие функции, как управление ресурсами, мониторинг, оценка рисков, оптимизацию графиков, онлайн-овое управление. В настоящее время наиболее известными являются: MS Project, Primavera Project Planner, Open Plan. Есть также и весьма неплохие российские разработки, например Spider Project [3,4].

Однако выше перечисленные программные комплексы не могут обеспечить всестороннего учёта факторов при решении многокритериальных задач, а также являются сильно зависимыми от пользователя. В соответствии с Новыми парадигмами, провозглашёнными А.А. Гусаковым [1], для эффективного управления проектами и развития информационных технологий в строительстве необходимо совершенствование не только самих систем, но прежде всего методик. Будущие системы должны быть безусловно проектно-ориентированными, а также самообучающимися и строиться на нейросетевых принципах. Также весьма перспективно применение в таких системах нечёткой логики как аппарата оптимизации. Нечёткая логика широко сейчас применяется в США, особенно при реализации и аналитике военных проектов.

Но для совершенствования управления проектами необходимо также совершенствовать мышление и политику лиц и организаций, осуществляющих управление проектами, ибо в Россию проектно-ориентированный подход пришёл совсем недавно и натолкнулся на консервативную стену работы «по старинке», унаследованной ещё от советской планово-административной экономики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гусаков А.А. Новая парадигма строительной деятельности.
2. Системотехника строительства (энциклопедический словарь). / Под ред. Гусакова А.А. - М.: Издательство Ассоциации строительных вузов, 2004.
3. Аристов В.Б. Разработка системотехнических методов принятия организационно-технических решений при строительстве элитной жилой недвижимости в г. Москве. Методы и модели автоматизации проектирования и управления в строительстве. - М.: Фонд «Новое тысячелетие», 2004.
4. Бурков В.Н., Заложнев А.Ю., Новиков Д.А. Теория графов в управлении организационными системами.

К ВОПРОСУ ПАТЕНТНО-ПРАВОВОЙ ЗАЩИТЫ В СФЕРЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

А.С. Дидович

Киевский национальный технический университет, Украина

С развитием информационных технологий в мире и в Украине, как составной части системы международного разделения труда, возникла проблема права собственности на такой ресурс, как интеллектуальная собственность. Развитие рыночных отношений и усиление конкуренции обусловило большой спрос на нетрадиционные объекты интеллектуальной собственности – компьютерные и информационные технологии и их элементы.

Вопрос защиты программного обеспечения в сфере компьютерных технологий в последнее время заострился в связи с усилением борьбы с пиратством в области информатики, поскольку использование нелегальных экземпляров компьютерных программ составляет серьезное препятствие на пути развития цивилизованного рынка информационных технологий в нашей стране, наносит вред производителям компьютерных программ и является незаконным с точки зрения нарушения авторских прав.

Борьба с пиратством в области информатики является необходимым условием для вступления Украины в мировое экономическое и правовое пространство.

Вообще, *пиратство* в сфере информационных технологий – это нарушения авторских прав на программное обеспечение.

Существуют разные взгляды относительно возможностей патентной охраны объектов, связанных с компьютерными программами. Передовые позиции по этим вопросам занимают США, которые уже больше 15 лет предоставляют патентную охрану изобретениям, касающимся компьютерных технологий.

Европейское Патентное Ведомство, проводя экспертизу, использует положение Европейской Патентной Конвенции, которая, в свою очередь, не признаёт патентоспособными компьютерные программы как таковые (ст.53 ЕПК), занимает промежуточную позицию, то есть: выдает охраняемые документы на способы, которые делаются с помощью компьютерных программ, и на известные приборы с новым программным обеспечением. Вместе с этим, Европейское Патентное Ведомство, в отличие от США, не признает патентоспособным известный носитель информации, который отличается только записанной на нём программой.

Традиционную сдержанность и определенную непоследовательность в подходах к этой проблеме проявляет Великобритания, которая, хотя и присоединилась к Европейской Патентной Конвенции, вместе с тем в вопросах экспертизы изобретений, которые связанные с компьютерными программами, осуществляет жесткую политику, по сравнению с Европейским Патентным Ведомством.

В "Закоме Украины об охране прав на изобретения и полезные модели" программы не имеют правовой охраны в Украине и, вместе с тем, есть составной информационной технологии, а технология есть объектом правовой защиты в виде изобретения или полезной модели. Это противоречие возникло из-за отставания законодательства от современной практики, так как 10-15 лет назад еще не приобрело практической силы понятие "информационная технология".

Правовая охрана компьютерного обеспечения, имея свою историю, постоянно обсуждается и усовершенствуется на протяжении последних 30 лет. Важным есть то, что до сих пор нет четкого определения, что именно в информационных технологиях подлежит охране нормами патентного права, а что - нормами авторского права.

Правовая база в сфере информационных технологий находится на стадии становления. Созданы и функционируют международные организации, которые занимаются унификацией законодательства в области патентно-правовой охраны изобретений в области информационных технологий. Несогласование и противоречия приводят к порождению разногласий между предприятиями и государствами. По проведенным исследованиям правовой базы можно сделать вывод о дальнейшем усовершенствовании и унификации международного законодательства в сфере защиты объектов авторского права в информационных технологиях. Это объясняется тем, что постепенно процессы глобализации требуют единодушной позиции относительно правовых положений в области информационных технологий. Указанное влияет на ряд социальных, экономических и политических факторов, которые имеют решающее значение для вхождения страны в мировое сообщество. Тем не менее, дальнейшего исследования в этом направлении требуют такие элементы: регулирования правовых положений на международном уровне; количественная оценка стоимости интеллектуальной собственности в сфере программного обеспечения; учет фактора времени при защите прав интеллектуальной собственности относительно высокотехнологических сфер деятельности.

ЭЛЕМЕНТЫ ПОВЕДЕНИЯ ВУЗА НА РЫНКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Э.Э. Ермакова

БФ ЧУО «ИСЗ им. А.М. Широкова», г. Брест, Республика Беларусь

Перемены, происходящие в экономике и в обществе в целом не могли не коснуться сферы образования.

Коммерческие учебные заведения наряду с государственными присутствуют на рынке образовательных услуг и активно развиваются. Появилась возможность получить высшее образование на платной основе и в государственных вузах.

Таким образом, получение высшего образования стало более доступным. Действительно, время высоких технологий требует все больше образованных людей, фактически идет постепенный переход к массовому высшему образованию.

Спрос на образовательные услуги имеет в настоящее время возрастающий характер, так как престиж высшего образования достаточно высок в обществе и конкурентоспособность на рынке труда специалиста с высшим образованием имеет повышающий коэффициент. Однако, демографический спад, начавшийся в конце восьмидесятых годов прошлого века в ближайшие годы отразится на количестве выпускников средних школ и гимназий, тем самым сократится число абитуриентов.

В этой ситуации государственные вузы окажутся, конечно, в более выгодном положении, так как за долгие годы своего существования они успели завоевать авторитет в обществе и на рынке труда.

Положение негосударственных высших учебных заведений менее устойчиво, поэтому частные вузы должны быть готовы к усилению конкуренции и разработать к этому времени эффективную стратегию своего развития.

Для того чтобы быть конкурентоспособным в первую очередь необходимо выпускать специалистов, востребованных на рынке труда. Именно поэтому необходимо анализировать ситуацию на рынке труда, изучать спрос на специалистов, требования, предъявляемые к ним работодателями. Для решения этих задач вуз должен иметь тесную связь с предприятиями, организациями и учреждениями города и области. Существующая проблема трудоустройства выпускников вузов известна всем.

Большое значение в подготовке специалистов имеет различного рода практика, которая начинается у студентов с третьего курса. Очень важно, чтобы студенты учились работать, развивали свои личные качества, могли проявить себя и возможно заинтересовать руководство предприятия или организации в себе, как в специалисте.

Вуз заинтересован в том, чтобы его выпускники соответствовали требованиям рынка труда, чтобы работодатели ценили молодых специалистов, имеющих диплом данного вуза. А требования к выпускникам вузов у работодателей становятся все более жесткие.

На сегодняшний день можно заметить, что образование в вузах отстает от требований работодателей. Многие организации, например, приглашают специалистов, владеющих, как минимум, одним иностранным языком, кроме этого, немаловажную роль играет успеваемость бывшего студента.

В связи с этим необходимо готовить специалистов, отвечающих этим требованиям, давать студентам современные знания, содействуя трудоустройству своих выпускников, тем самым повышая имидж вуза.

Очевидно, что перспектива трудоустройства могла бы быть одним из важнейших элементов мотивации в выборе молодых людей того или иного высшего учебного заведения.

Неоценимую пользу в подготовке специалистов имеют лекторы-практики (управляющие банков, главные бухгалтера крупных предприятий, антикризисные менеджеры, имеющие успешный опыт своей деятельности, авторитетные юристы и т.д.), их участие в образовательном процессе крайне важно.

Кроме этого, изучая тенденции развития на рынке труда, вуз должен оперативно реагировать на все изменения спроса и готовить специалистов, которые будут востребованы в ближайшее время, открывая новые специальности и специализации в учебном заведении.

Немаловажной задачей для вуза является расширение заочной формы обучения. Студентами могут быть люди разных возрастов, которые не утратили способность учиться, хотя бы повысить свой образовательный уровень и добиться профессиональных успехов.

Разумный подход к ценообразованию на образовательные услуги, возможное снижение стоимости обучения при отличной учебе – все это влияет на выбор учебного заведения молодыми людьми.

Разработка стратегии высшего учебного заведения является в настоящее время важной задачей развития всех субъектов хозяйствования, действующих на рынке образовательных услуг.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ ГРОДНЕНСКОГО РЕГИОНА

М.Е. Карпицкая

*Гродненский государственный университет имени Янки Купалы,
Республика Беларусь*

Для выявления первоочередных проблем и анализа потенциальных возможностей развития в Гродненской области проводится социально-экономическое диагностирование, что позволяет сделать выводы о сложившейся ситуации в регионе, а также прогнозировать будущие тенденции. Особое внимание при проведении мониторинга следует уделить состоянию научно-технического потенциала. На сегодня наблюдается тенденция снижения инновационной деятельности предприятий, отсутствие инвестиций на обновление материально-технической базы.

Поэтому необходимо провести анализ состояния и разработать комплекс мероприятий по повышению эффективности использования материально-технической базы предприятий региона.

В научно-техническом отношении Гродненская область является одним из развитых регионов Беларуси. В области расположено 305 промышленных предприятий. В структуре промышленности региона доминирует химическая и нефтехимическая промышленность, пищевая промышленность, машиностроение и металлообработка. Однако износ основных средств по данным отраслям составляет свыше 62%. Наибольшую степень износа имеют основные фонды топливной промышленности, химической и нефтехимической промышленности – 71,1%, машиностроения и металлообработки – 65,6%, лесной и деревообрабатывающей промышленности – 61,7 % и т.д. самую низкую имеет промышленность строительных материалов и пищевая промышленность – 46,6%. Коэффициент обновления значительно отстает от коэффициента выбытия основных средств. На начало 2003 г. остаточная стоимость основных средств составляла 1832,7 млрд. руб., на конец года - 2264,9. Показатели восстановительной стоимости в 2 раза выше показателя остаточной стоимости, что свидетельствует о влиянии переоценки основных средств и высокой степени износа. Медленная обновляемость производственных фондов ведет не только к повышенному физическому износу оборудования, но и к его моральному старению. Оборудование, пусть даже новое, но произведенное по устаревшей технологии, не в состоянии обеспечить требуемую (низкую) материало- и энергоемкость продукции, а значит и ее ценовую конкурентоспособность.

Выходом из сложившейся ситуации может стать совершенствование системы бухгалтерского учета по формированию и целевому использованию средств амортизационного фонда. В порядке исключения (на 1-3 года), сумму амортизационных отчислений, поступающих на расчетный счет предприятия в составе выручки от реализации, предлагаем напрямую относить на отдельный специальный счет в банке, расходование этих средств производить в пределах плана капитальных вложений также с этого отдельного счета.

Особое внимание следует уделять и развитию научного потенциала. На территории области действуют 5 высших заведений, 23 средних специальных учебных заведения, 31 профтехучилище, 660 общеобразовательных школ. Однако объем выполненных научно-исследовательских работ предприятиями и организациями области за 2003 год составил разрыв лишь 4255,9 млн. руб., что практически соответствует уровню прошлого года. Несмотря на наличие у предприятий региона собственных НИОКР, уровень их инновационной активности остается низким. Следовательно, предприятия не могут удовлетворить спрос со стороны потребителей на наукоемкую продукцию.

Поэтому необходимо разработать методику, позволяющую проводить мониторинг технического потенциала предприятий, осуществляющих научно-техническую деятельность инновационного порядка и оценить возможный результат проводимых мероприятий. Предлагаем рас-

считывать 8 базовых показателей: 1) наличие инновационной инфраструктуры; 2) состояние информационного обеспечения; 3) объем инвестиций в модернизацию оборудования и степень его износа; 4) средне-взвешенные сроки службы производственного оборудования; 5) доля экспорта в объеме продукции; 6) объем продукции, произведенной по высоким и новым технологиям в суммарном объеме производства; 7) доля новой продукции в суммарном объеме производства; 8) рентабельность продаж. Показатели №1,2,3,4 характеризуют затраты предприятия на поддержание и улучшение своего технического уровня, а показатели №5,6,7,8 позволяют оценить возможный результат от данных мероприятий. Результаты данного мониторинга также позволяют выявить динамику инновационной деятельности по области в целом на основе данных отдельных предприятий, сравнить показатели предприятий с аналогичными показателями предприятий страны и области, учитывать инновационную активность предприятия, вне зависимости от его масштаба.

Необходимость такого мониторинга обусловлена тем, что статистическая отчетность не в полной мере отражает научно-техническое развитие региона и его составляющие. Таким образом, возникает необходимость систематического отслеживания динамики основных показателей научно-технического развития региона. При этом необходима организационная структура, которая на основании мониторинга могла выступать в качестве регулятора текущего управления научно-техническим развитием области, т.е. разрабатывать проекты альтернативных решений в соответствии с изменением внешней и внутренней среды региона.

Литература

1. Статистический ежегодник Гродненской области. Главный вычислительный центр: Минск, 2004. с.403

ВЗАИМОСВЯЗЬ ПЛАНИРОВАНИЯ, МАРКЕТИНГА, ОЦЕНКИ, ЛИЗИНГА И КОНТРОЛЛИНГА ПЕРСОНАЛА

Д.Л. Коржицкий

Белорусский национальный технический университет, г. Минск, Республика Беларусь

Применение понятия лизинга к персоналу стало возможно в результате введения понятия человеческого капитала. Под человеческим капиталом понимают знания, умения и навыки человека, способствующие повышению его производительной силы, а, следовательно, и заработков. Следовательно, современное производство представляет собой взаимодействие человеческого и физического капиталов. Удовлетворение потребностей в персонале осуществляется посредством дополнительного обучения последнего, принятия на работу специалистов определенного профиля, либо же она может предполагать лизинг персонала, который рассматривается как форма временного или срочного привлечения персонала со стороны, когда компания – лизингодатель предоставляет необходимым работодателю (лизингополучателю) специалистов на определенный срок [4].

Маркетинг персонала можно рассматривать как вид деятельности, позволяющей оценивать состояние рынка труда, тенденции его изменения и принимать обоснованные управленческие решения в сфере найма, содействия занятости и эффективного использования человеческого капитала [3].

Оценку персонала, как правило, ассоциируют с оценкой кадрового потенциала предприятия, под которым понимают совокупность способностей и возможностей кадров обеспечивать эффективное функционирование организации [2]. Для оценки кадрового потенциала используют как индивидуальные характеристики отдельных работников, включая профессионально-личностные качества и пр., так и групповые, характеризующие способность нескольких работников при определенных условиях разделения и кооперации труда с учетом других организационно-технологических факторов выполнять поставленные перед ними задачи.

Контроллинг персонала - концепция управления персоналом, интегрированная с ориентированным на качественный анализ контроллингом экономического и социального компонентов эффективности [2]. Основными функциями контроллинга персонала являются:

- анализ использования персонала и достигнутых за счет этого результатов;
- координация планирования персонала с другими сферами планирования;
- создание и поддержание целеориентированной интегрированной базы данных по персоналу.

Взаимосвязь между рассмотренными видами деятельности реализуется при планировании персонала предприятий, которое состоит из определения потребности, набора и высвобождения, использования, развития рабочей силы, а также затрат на ее формирование и оценки человеческого фактора производственной системы [1].

В результате проведения маркетинговых исследований собирается информация о состоянии рынка труда в отрасли, которая используется для планирования затрат на персонал, набора и потребности в нем.

С помощью оценки персонала выявляются: недостатки в профессиональной подготовке работников, что используется для разработки направлений для развития персонала; степень реализации поставленных перед персоналом задач, на основании чего можно определить размер влияния человеческого фактора на эффективность работы производственной системы; выявляются как профессионально-личностные качества отдельных работников, так и коллектива в целом, что можно использовать для определения качественной потребности в персонале; недостатки в работе отдельных структурных подразделений предприятия, что может использоваться для перераспределения сотрудников по рабочим местам и внесения корректировок в планы использования персонала; обоснованность фактически произведенных расходов, связан-

ных с использованием рабочей силы, что использования для анализа затрат на персонал.

Контроллинг персонала позволяет обеспечить координацию функционирования между отдельными элементами планирования персонала, а также обеспечить связь между последним и другими видами планирования на предприятии.

Литература.

1. Коржицкий Д.Л. Определение количественной потребности автотранспортных предприятий в рабочей силе: Белорус. нац. техн. универс. – Минск, 2004. – 18с. – Деп. в ВИНТИ 27.07. 2004г. - № 1318 – В2004 // РЖ : Экономика, 2004. С. 65 – 83.

2. Одегов Ю.Г., Никонова Т.В. Аудит и контроллинг персонала: Учеб. пособие.– изд. перераб. и доп.– М.: Издательство «Экзамен», 2004.– 544с.

3. Томилов В.В., Семеркова Л.Н. Маркетинг рабочей силы– М.:ИНФРА-М, 2001.– 84с.

4. Управление персоналом: современная российская практика / С.К. Мордовин.– СПб.: Питер, 2003.– 288 с.

УЧАСТИЕ И РОЛЬ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЯ.

С.Ф. Куган, А.П. Радчук

*УО «Брестский государственный технический университет»,
Республика Беларусь*

В последние годы двадцатого века начали стремительно развиваться рыночные отношения на территории бывшего СССР. Массовый рынок разделился на множество минирынков, которые более мобильны и быстрее реагируют на изменения конъюнктуры.

Одним из основных условий существования предприятия (фирмы) на рынке становится не только доходность предприятия (т.е. получение прибыли), но и привлекательность того, что выпускает это предприятие. Но как оказаться на высоте, если вокруг конкуренты? Ведь сегодня те, кто быстро выводит свою продукцию на рынок, побеждает более медлительных. Сегодняшние покупатели хотят получать продукцию более высокого качества, но по низкой цене. Сотрудники хотят получать достойную плату за свой труд, инвесторам нужна отдача от инвестиций, а акционеры рассчитывают на дивиденды. В этой ситуации руководитель вынужден организовать функционирование бизнеса так, чтобы предприятие твёрдо стояло на ногах и не уступало завоёванных позиций конкурентам по рынку. В этом заинтересованы и инвесторы, и акционеры, и сотрудники предприятия. А для того, чтобы быть на шаг впереди конкурентов, необходимо считать, анализировать, своевременно выявлять и исправлять свои ошибки, т.е. обладать чёткой стратегией на обозримое будущее.

В свою очередь, полноценная информационно-аналитическая поддержка управленческих систем невозможна без применения комплекс-

ных информационных систем, дающих возможность виденья объективной целостной картины состояния дел в реальном масштабе времени и поддержания заданной организационно-технологической модели управления предприятием.

Примером информационной системы, наиболее полно охватывающей все ключевые управленческие задачи, является программная информационная система «Галактика», выпущенная на рынок в апреле 1995 года.

К настоящему времени эта система прошла апробацию более чем на 4000 предприятиях и продолжает интенсивно развиваться. В Беларуси клиентами системы «Галактика» являются более 1100 предприятий. Наиболее интересными проектами, с точки зрения долгосрочного сотрудничества, по построению корпоративных систем управления является совместная работа компании «Галактика» с Республиканским объединением «Белтелеком», Государственным таможенным комитетом, предприятиями «Витьба», «Белавтоаз», «Белфарм» и др.

Предлагаемый в системе «Галактика» инструмент производственного планирования и учёта позволяет руководителю предприятия и руководителям производственной и экономических служб добиться экономии и эффективного использования финансовых ресурсов. Именно производственный контур системы обеспечивает полный цикл управленческого воздействия на производственный процесс, а также охват всей глубины планирования и учёта в производстве. В состав производственного контура входит модуль «Контроллинг», предназначенный для решения задач планирования и учёта затрат, калькулирования себестоимости, оценки производственного результата, расчёта экономических показателей деятельности предприятия, а также эффективности работы подразделений.

Другим примером информационной системы, оказывающей помощь руководителю предприятия в ведении управленческого учёта служит система «БЭСТ-ПРО». Эта система преимущественно ориентирована на предприятия производственной сферы, но может успешно использоваться и в торговых компаниях, и в сфере обслуживания, и в бюджетных организациях. В основе системы «БЭСТ-ПРО» лежит единый информационный контур, объединяющий функции финансового планирования, материально-технического снабжения и сбыта, управления производством, складскими запасами и прочим имуществом, ведения бухгалтерского и управленческого учёта, а также анализа эффективности хозяйственной деятельности предприятия.

Можно до бесконечности перечислять программные продукты, призванные не только вести бухгалтерский учёт, но и оказывать максимальную помощь в управлении предприятием. Обилие рынка компьютерных программ позволяет сделать выбор с учётом своих возможностей. Одним из важнейших условий в этом выборе является доступность и простота системы в обращении, и именно над этим работают разработчики всех компьютерных систем. Информационные системы стали неотъемлемой частью успешной деятельности руководителей любого уровня, превратившись в полноценный рабочий инструмент на каждом предприятии. И всё большее чис-

ло руководителей фирм и предприятий понимают необходимость внедрения таких систем, охватывающих все взаимосвязанные многогранные бизнес-процессы, все аспекты внутри и вне хозяйственной деятельности.

Для того чтобы оставаться не только на плаву, а постоянно развиваться, необходимо максимально использовать имеющиеся на рынке информационные компьютерные системы. Это, в свою очередь, позволит принимать управленческие решения более эффективно.

ВИРТУАЛЬНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ - СУЩНОСТЬ И ОРГАНИЗАЦИЯ

А.М. Кулешова

*УО «Брестский государственный технический университет»,
Республика Беларусь*

На современном этапе развития информационных технологий происходит преобразование структур и функций традиционно организованных предприятий. Это выражается в полной или частичной виртуализации их деятельности, которая осуществляется за счет объединения ресурсов различных партнеров в единую систему.

Виртуальное предприятие является новой формой организации бизнеса. На практике можно встретить все больше примеров банков, страховых компаний, предприятий по производству оборудования, машин, одежды или организаций по продаже образовательных услуг, медицинской деятельности, частично функционирующих в виртуальной форме. В основе предприятий данного типа находится «*центр компетенции*», разрабатывающий его цели, миссию и глобальную стратегию, которая координирует частные стратегии отдельных направлений бизнеса. Такие функции предприятия, как исследование, снабжение, производство, логистика, маркетинг, сбыт, реализация рассматриваются как отдельные единицы – «поставщики услуг». Изменение конфигурации поставщиков услуг делает возможным рост предприятия и освоение новых компетенций. Чем большими являются возможности изменения конфигурации, тем сильнее выражен виртуальный характер организации.

В задачи центра компетенции виртуального предприятия входит:

- ✓ формирование идеи совместного сотрудничества;
- ✓ идентификация необходимых ключевых компетенций;
- ✓ проектирование схемы деятельности;
- ✓ подбор хозяйственных партнеров («поставщиков услуг») и наделение их второстепенными компетенциями согласно имеющимся критериям;
- ✓ координация, мониторинг и направление деятельности партнеров;
- ✓ контроль внутренних процессов;
- ✓ обеспечение процесса доставки продукта (услуги) клиенту;
- ✓ расчет внешних сделок (с клиентом) и внутренних (между участниками виртуального предприятия).

Фирма-инициатор должна обладать широким диапазоном компетенций. Важнейшими аспектами являются: доступ фирмы к информации о стратегическом характере, уровень технологического развития, системы распределения и контроля, финансовое состояние, маркетинг и кадры. Достаточно важные факторы - это возможность исследования и развития, позиция на рынке, имидж фирмы [2].

Недостаток соответствующей компетенции у инициатора может привести к передаче его роли (на некоторое время) фирме, имеющей наибольшие ключевые компетенции для реализации данного проекта.

Виртуальное предприятие подлежит постоянным изменениям. Ничто в нем не является устойчиво стабильным, его границы нечетко выражены, размыты, организационная принадлежность рабочих и менеджеров неочевидна.

Виртуальная форма организации деятельности позволяет использовать сильные стороны отдельных партнеров. При этом от них требуется взаимное доверие, которое возникает и усиливается в результате развития зависимости друг от друга. Управление виртуальной организацией основывается главным образом на реализации установленных целей и заданий, оцениваемых на основе принятых норм. Благодаря созданию для работников стимулов к самостоятельной работе, менеджер имеет больше времени для планирования, анализа и оценки управленческих заданий, постоянного совершенствования принятой стратегии. Практика показывает, что когда сотрудники в большей степени сосредоточены на результатах, которых должны достичь, им характерна большая предприимчивость, инновационность, производительность и ориентированность на обеспечение высокого качества выполняемой работы [1]. Система управления в такой организации требует разработки эффективной системы коммуникации между руководителями и подчиненными.

Предприятие будущего – это во все большей степени виртуальная организация, представляющая собой новую форму сетевого способа кооперации. Она является ответом на новые требования глобальной конкуренции и в то же время результатом развития глобальных компьютерных сетей и однородных техник коммуникации участников рынка. Ее принципиально важным умением является способность находить наилучшие контракты на рынке, а также приобретать и интегрировать самые лучшие ресурсы для их реализации.

Литература

1. Вютрих Х.А., Филипп А.Ф. Виртуализация как возможный путь развития управления//Проблемы теории и практики управления, №5, 1999
2. Grudzewski W., Hejduk I. Przedsiębiorstwo wirtualne. – Warszawa: Difin, 2002.– 192 p.

ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ В СРЕДЕ ДИСТАНЦИОННОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Н.А. Марин

Московский государственный строительный университет, Россия

Эффективность работы современного предприятия оценивается не только финансовыми показателями. Не менее важную роль играют и такие показатели, как стратегический потенциал, степень использования инноваций и качество знаний предприятия. Фактором, в значительной степени тормозящим развитие современных строительных и проектных организаций, является неэффективное управление знаниями предприятия.

Знания организации можно условно подразделить на три типа: структурированные (т.е. формализованные и сохраненные в виде документов и файлов с указанием ссылок и связей с другими файлами), неструктурированные (в виде документов и файлов, но размещенные беспорядочно, без связей с другими), а также знания сотрудников. Очевидно, что наибольшая часть знаний организации находится в сознании ее сотрудников. Неэффективное управление знаниями предприятия порождает ряд проблем: потеря организацией ценных знаний с уходом сотрудника, торможение инновационного процесса, осложнение распределения и использования имеющихся знаний. Одним из главных средств производства сегодня становится творческий потенциал сотрудников компании. Технологии развиваются почти с той же скоростью, с которой мы успеваем их постигать. Особенно это касается информационных технологий. По этой же причине необходим постоянный профессиональный рост преподавателей.

Необходимым условием формирования актуальных, востребованных знаний в организации является процесс непрерывного повышения квалификации ее сотрудников без отрыва от производственной деятельности. Дистанционное обучение является сегодня наиболее пригодной формой для непрерывного обучения сотрудников организаций. Его применение способствует обучению в контексте текущих практических задач.

Система дистанционного обучения (СДО) – это функциональная система, представляющая собой совокупность избирательно вовлеченных элементов: технического, программно-информационного и организационно-методического обеспечений, направленных на повышение уровня и качества знаний обучаемых. Система управления обучением – специальная программно-информационная среда, обеспечивающая программный и пользовательский интерфейс к знаниям в электронном виде.

Поддержки открытых международных стандартов и спецификаций является обязательным критерием при выборе программного обеспечения. В частности, для системы управления обучением это дает возможность ее интеграции с системами календарного планирования, поиска знаний, планирования ресурсов предприятия и другими системами. Наиболее удачным пользовательским интерфейсом ко всем выше перечисленным системам является портал предприятия, предоставляющий сотрудникам доступ ко всем необходимым программно-информационным службам в персонализированном виде.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гусаков А.А. Реструктуризация строительных знаний и образования на основе функционально-системного подхода // Промышленное и гражданское строительство. 2003. №1

2. Марин Н.А. Функциональная система управления знаниями в среде дистанционного образования. - М:2003 Методы и модели автомати-

зации проектирования и управления в строительстве. Научно-технический сборник.

3. Ролф Йенсен. Общество мечты. Как грядущий сдвиг от информации к воображению преобразит ваш бизнес. – СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2002. - 272 с.

4. Ольве, Нильс-Горан, Рой, Жан, Веттер, Магнус. Оценка эффективности деятельности компании. Практическое руководство по использованию сбалансированной системы показателей: Пер. с англ. - М.: Издательский дом «Вильямс», 2003, 304 с.

5. Завлин П.Н., Васильев А.В. Оценка эффективности инноваций. Издательский дом «Бизнес-пресса», 1998, 216 с.

АДАПТАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ К РЫНОЧНЫМ УСЛОВИЯМ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В.В. Небелюк

*Витебский филиал ЧУО «Институт современных знаний»
им. А.М. Широкова, Республика Беларусь*

Приспособление предприятия к условиям рыночной экономики происходит непросто. В течение переходного периода одни структуры и приемы работы разрушаются, другие находятся в процессе формирования. Распад административно-командной экономики привел к реорганизации системы государственных закупок и материально-технического снабжения, переходу от «прямого» управления к экономическим, финансовым и договорным методам.

Наиболее сложное положение складывается в машиностроении и металлообработке, а также химической и нефтехимической промышленности (на их долю приходится 35,9% общего объема промышленной продукции). Здесь наблюдаются такие негативные явления: рост нереализованной продукции, снижение рентабельности, рост кредиторской задолженности, снижение платежеспособности [1, с. 26].

Потери не компенсируются и вследствие развития более эффективного рыночного сектора экономики, где также отмечается снижение рентабельности, и рост удельного веса убыточных предприятий. Функционирующие в республике малые предприятия характеризуются невысокими показателями деятельности: по числу занятых, по объемам производимой продукции и услуг, практически нет малых предприятий, выпускающих продукцию по лицензиям крупных предприятий [2, с. 17]. Одной из основных причин складывающегося положения является отсутствие продуманной стратегии и тактики развития малого бизнеса.

Процесс адаптации предприятий к рыночным условиям, в первую очередь, связан с решением проблемы сбыта и заключается в согласовании структуры производства со структурой потребления.

Задачи исследования потребительского спроса, подстраивания номенклатуры выпускаемой продукции под потребности рынка и обеспечение ценовой конкуренции этой продукции решаются в рамках маркетинговой политики предприятия.

Однако и самый лучший план не создаст спроса там, где отсутствует потребность, и не сможет сохранить невостребованное направление деятельности. Чтобы отслеживать формирующиеся тенденции рынка, ориентировать деятельность предприятия на соответствующие его ресурсам привлекательные технологии, обеспечить потенциал для роста производительности и рентабельности, необходимо использовать маркетинговый подход в управлении предприятием.

Этапы маркетинговой деятельности (см. рис.1) взаимообусловлены и служат согласованию средне- и долгосрочных целей деятельности предприятия.

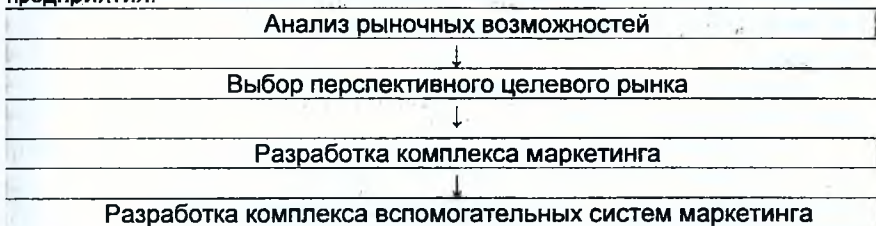


Рис. 1. Этапы маркетинговой деятельности на предприятии.

Из представленной логической цепочки следует, что процесс маркетинговой деятельности на предприятии всегда начинается с анализа рыночных возможностей. Выход на рынок и участие хозяйствующих субъектов в разнообразных экономических отношениях невозможны без получения и использования ими необходимой информации. Она собирается в ходе маркетинговых исследований и помогает определить возможности предприятия.

Обеспечивать конкурентоспособность, экономическую и социальную востребованность товара помогают маркетинговые мероприятия в области исследования спроса, товарной, ценовой, распределительной, сбытовой политики. Конкурентные преимущества предприятие может формировать, избирая такие виды инновационной деятельности, как создание и внедрение новых продуктов, средств производства, освоение новых рынков, введение прогрессивных организационных форм, совершенствование инфраструктуры.

Сегодня важно недопустить «затухание» инновационного развития. Сравнительный анализ препятствий инновациям в Беларуси и в Европейском Союзе показал, что в 15 странах Европы важнейшими европейцы считают недостаточный маркетинг и нехватку квалифицированных кадров. У нас 1500 из 2340 обследованных предприятий считают основным недостаток средств [3, с. 20]. Поэтому необходимо способствовать

формированию информационной среды, т. к. белорусские субъекты хозяйствования еще слабо вовлечены в конкурентную борьбу и не осознают важности маркетинговой деятельности, в том числе и в области исследования маркетинговой среды.

Опыт соседних стран свидетельствует - адаптация предприятий к рыночным условиям должна происходить с помощью рыночных институтов. Например, при сопровождении посреднических организаций, специализирующихся на научных исследованиях в области прогнозирования новых продуктов. Необходимо также создание информационных центров, которые сформируют базы данных. Источником богатого опыта по сбору и обработке информации могут стать учебные заведения. Они будут способствовать интеграции образования, науки, производства и потребителей.

Современная инфраструктура обслуживания субъектов рыночных отношений будет способствовать грамотному решению проблемы повышения эффективности деятельности предприятий.

Литература:

1. Богдан Н. Вектор технологической изоляции // Национальная экономическая газета. – 2004. – С. 20-21.

2. Германович Г.В., Романовский К.Э., Пятинкин С.Ф., Макаревич Н.И., Дорожкин С.Ю., Разоренова Л.В., Зубачев С.Н. Критерии малого и среднего бизнеса: опыт зарубежных стран и предложения по его оценке в Республике Беларусь // Белорусская экономика: анализ, прогноз, регулирование. Экономический бюллетень. – ГНУ «НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь», 2003. – С. 15-20.

3. Экономический обзор. – Минск: Бизнес-пресс №4 БСПН им. Кувянского, 2002. – С. 24-26.

РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГА НА АВТОТРАНСПОРТНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Д.Н. Нехай, А.А. Тозик

БНТУ, г. Минск,

Республика Беларусь

«Если в обычных условиях маркетинг нужен для процветания, то в условиях кризиса он становится едва ли не единственным механизмом, который поможет фирме выжить», - пишет в своей книге Филипп Котлер [1].

На сегодняшний день в Республике Беларусь основное внимание уделяется максимизации валютной выручки от экспорта товаров и услуг, в том числе автотранспортных услуг. Однако с каждым годом рост выручки от международных перевозок снижается. По данным Нацбанка Республики Беларусь за январь-декабрь 2003 года экспорт автотранспортных услуг составил 236,9 млн. долларов США, что по отношению к уровню 2002 года означает прирост на 25,1%. За восемь месяцев 2004 года экспорт автотранспортных услуг увеличился на 12,7% по сравнению с соответствующим периодом 2003 года [3].

Это связано в первую очередь с тем, что на рынке международных автомобильных перевозок предложение превышает спрос. Поскольку заказчики транспорта предпочитают постоянную работу с одним или несколькими перевозчиками на долгосрочной основе по фиксированным среднегодовым ставкам, а автотранспортные предприятия предлагают практически одни и те же услуги, увеличение экспорта автотранспортных услуг в денежном выражении становится проблематичным.

Кроме того, следует ожидать дальнейшего снижения темпов роста экспорта белорусских транспортных услуг, поскольку закончился благоприятный для нашей республики 10-летний период успешного соперничества на этом рынке со странами-соседами. Россия, например, вкладывает в данную отрасль крупные средства и намерена приобрести в 2004 году около 4 000 новых тягачей стандарта Евро-3. Активно обновляют свой парк перевозчики Украины, Литвы, Латвии и Польши. А в Беларуси обновление парка подвижного состава для международных перевозок в этом году составило порядка 200 автомобилей [3]. Кроме этого, Россия, защищая свой рынок и создавая благоприятные условия для своих автотранспортных предприятий, с каждым годом снижает квоту выдачи российских разрешений на поездки в/из третьих стран.

Однако, автотранспортные предприятия Республики Беларусь, используя инструменты маркетинга, пытаются найти выход из сложившейся ситуации. Это, например, освоение новых направлений перевозок; диверсификация производства; развитие мультимодальных и интермодальных перевозок с применением крупнотоннажных универсальных и специализированных контейнеров, контрейлеров и транспортных пакетов [2]. Так, УП «Белинтертранс» является оператором поезда «Викинг», движение которого по маршруту Клайпеда – Одесса – Клайпеда было организовано в 2003 году с целью расширения международных грузоперевозок, поскольку «Викинг» предназначен для перевозки универсальных и рефрижераторных контейнеров, полуприцепов и автопоездов. ЗАО «Автокомбинат № 3» в 2004 году начал освоение перевозок грузов в такие страны, как Дания, Швеция, Австрия и Венгрия. Кроме того, данное предприятие имеет деревообрабатывающий участок, склад временного хранения, таможенный склад, станцию диагностики и кафе. Деятельность данных подразделений позволила увеличить доходы предприятия в 2003 году на 496 375 000 рублей, а за 9 месяцев 2004 года – на 706 655 000 рублей. В 2005 году, на основе анализа развития перевозок грузов по вышеуказанным технологиям, планируется увеличение численности контейнерных площадок, как для внутриреспубликанских, так и для международных перевозок. Кроме этого, в рамках выбранной клиентоориентированной маркетинговой стратегии группой маркетинга постоянно проводится анализ клиентской базы с целью выявления группы клиентов, которые приносят предприятию большую часть дохода,

для того чтобы строить с ними деловые отношения на более выгодных для обеих сторон условиях.

Однако если государство всерьез рассчитывает и дальше иметь валютный доход от транзитных автомобильных перевозок, оно должно быть заинтересовано, с одной стороны, в укреплении конкурентоспособности отечественных автотранспортных предприятий, а с другой – в создании максимально привлекательного по сравнению с соседями режима транзитного пересечения Беларуси иностранными перевозчиками.

Литература:

1. Котлер Ф. Основы маркетинга. – СПб., 1994г;
2. Кучевский Н.Г. Тенденции развития рынка транспортных услуг // «Белорусский журнал международного права и международных отношений», 2003г. - № 2;
3. Кучинский С.Н. Темпы роста экспорта транспортных услуг могут снизиться, если не исправить ситуацию // газета «Мир тяжелых моторов», 2004г. - № 19.

ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ СТРОИТЕЛЬНЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Н.В. Носко

*УО «Брестский государственный технический университет»,
Республика Беларусь*

Управление строительным бизнесом во всем мире является весьма сложным видом деятельности. Его качество определяет как рост эффективности производства, так и степень удовлетворения потребностей людей.

Переход к рыночным формам хозяйствования, развитие конкуренции повышают требования к качеству управления строительным комплексом республики.

Строительное производство - структурообразующая составляющая народного хозяйства. Важным стратегическим направлением этой отрасли является ориентирование на решение социальных проблем, и, прежде всего, развитие жилищного строительства.

По нашему мнению, эффективная система управления строительными организациями должна быть построена на использовании принципов рыночной экономики, рационального сочетания методов и форм управления. Поиск оптимального сочетания рыночной свободы и государственного регулирования является одной из важных проблем происходящих преобразований (рис. 1).

Современный этап развития отечественной экономики обусловил необходимость совершенствования существующих методик управления строительными предприятиями и организациями, адекватных сегодняшним условиям хозяйствования.

Эффективная система управления строительным комплексом должна включать управление градостроительством, строительным комплексом города, жилищной политикой, содержанием жилищного фонда (рис. 2).



Рис. 1. Эффективное управление строительством

Источник: *Собственная разработка*

В настоящее время нет обоснованных организационных форм, целей, задач и функций органов управления строительством с учетом новых экономических отношений. Наблюдается отрыв по функциям управления аппарата управления от объектов управления, деятельность которых почти не зависит от вышестоящих органов ввиду несовершенства правового и юридического регулирования, слабой организационно-нормативной базы.

Вся система управления строительным комплексом должна отвечать требованиям противозатратности, восприимчивости к достижениям научно-технического прогресса, к социальным потребностям общества, трудового коллектива и конкретного человека [1]. Реализация указанных требований, раскрытие экономических взаимосвязей между составными частями комплекса находятся в зависимости от соответствующей организационной структуры управления, гибкости ее построения.

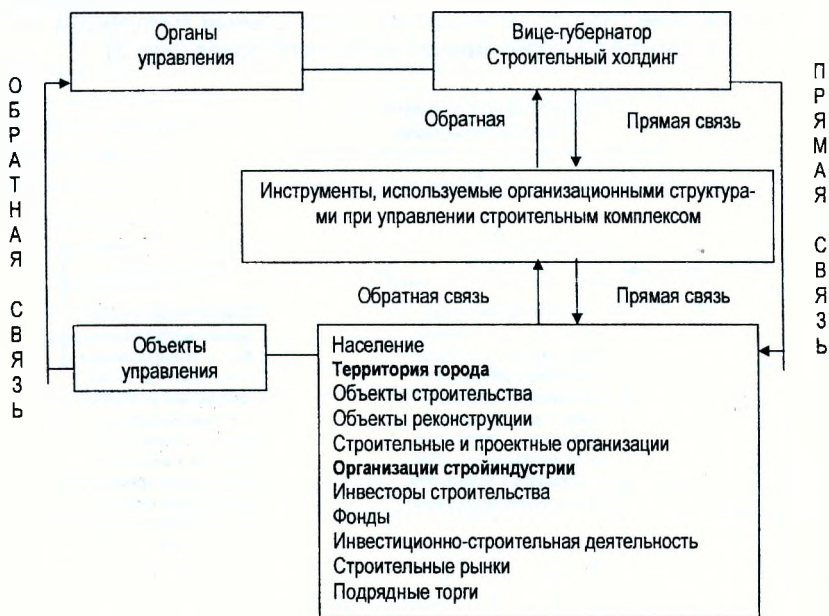


Рис. 2. Возможный вариант управления строительным комплексом
Источник: *Собственная разработка*

Таким образом, в соответствии с новыми экономическими условиями необходима реструктуризация строительных предприятий, основным направлением которой является переход к новым структурам управления.

Литература

1. Лычкин Ю., Костецкий Н. Капитальное строительство: состояние и перспективы развития // Экономист. – 2000. – № 2. – С. 10-14.

АНАЛИЗ РЫНКА АВТОМОБИЛЕЙ ИНОСТРАННОГО ПРОИЗВОДСТВА В РОССИИ

А.А. Нусинов

ГК «Независимость», Москва, Россия

С начала 90-х годов XX столетия в России значительно возросло количество личных автомобилей, например, в столице РФ более чем в 3-и раза. Сегодня в Москве насчитывается около трех с половиной миллионов личных автомобилей, причем тенденция интенсивного роста сохраняется и в настоящее время.

Автосервисная сеть Москвы развивается быстрыми темпами. За период 2001 – 2004 гг. в городе появилось 12 крупных автосервисов, 550 автомоек, 46 пунктов государственного технического осмотра автомобилей.

Их создание обошлось Москве в 6 млрд. рублей. В целом в городе функционирует 2400 автосервисов, 16000 постов технического обслуживания машин, а также более тысячи автозаправочных станций (АЗС).

Необходимо отметить, что за последние несколько лет валовой выброс от основных источников загрязнения атмосферного воздуха в столице РФ составил около 1 млн. тонн в год. Из него 83% приходится на автомобили. Этим Москва значительно отличается от остальной территории России. В городе высокая плотность транспортных средств на 1 кв. км территории. При этом низкая плотность улично-дорожной сети, так как столица РФ имеет концентрическую структуру с уплотнением в центре. В Москве также слабо развиты системы многоуровневых развязок с безветофорным движением вне уличных переходов. Двухъярусное использование существующей улично-дорожной сети недостаточно развита, также как и система парковки машин.

В России автомобильный парк быстро стареет. В Москве более 50% машин старше 7 лет. При этом и производимое у нас моторное топливо в большинстве случаев содержит увеличенное количество загрязняющих веществ по сравнению с топливом, выпускаемым в странах Европы. Поэтому у поступающих на российский рынок иностранных автомобилей их высокие экологические характеристики достаточно быстро нивелируются вследствие использования некачественных моторных масел. Таким образом, должно повышаться значение автосервисов и ремонтных пунктов.

В связи с вышеизложенным весьма своевременными и актуальными становятся вопросы разработки инвестиционных проектов по созданию многофункциональных комплексов для продажи и сервисному обслуживанию автомобилей, анализа результатов бизнес-планирования их продажи и сервиса за последние годы, а также прогнозирования их развития на перспективу до 2020 г.

Использование опыта продаж и сервисного обслуживания автомобилей на территории России зарубежными производителями и может обеспечить достижение европейских нормативов. Это относится, прежде всего, к сокращению выбросов за счет улучшения экологических показателей моторного топлива и к оснащению городского автопарка подвижным составом с двигателями, отвечающими мировым стандартам.

Разработка инвестиционных проектов строительства комплексов по продаже и сервисному обслуживанию автомобилей требует определения схем исследования по данной проблеме. Они должны включать, в частности, изучение двух основных составляющих автомобильного рынка: продажи автомобилей и услуги по их обслуживанию (включая ремонт и обеспечение запасными частями).

Проведенные исследования показали, что основными участниками автомобильного рынка в России являются нижеследующие структуры:

1. Отечественные производители автомобилей – 55%.

2. Производители автомобилей иностранных марок, имеющие сборочные линии на территории России (BMW, Renault, Opel и др.) – 3%.
3. Так называемые «серые» дилеры автомобилей иностранных марок - 9%
4. Официальные дилеры зарубежных производителей – 7%.
5. Организации, осуществляющие импорт подержанных автомобилей зарубежных марок – 14%.
6. Прочие участники автомобильного рынка – 12%.

Анализ объемов продаж официальных продавцов автомобилей зарубежных марок за последние годы свидетельствует о том, что сегмент рынка, занимаемый автомобилями с ценой от 10 до 20 тыс. долларов США, составляет около 41% иномарок в России. В то же время, на долю автомобилей стоимостью более 20 тыс. долларов США приходится 59% рынка импортных автомобилей.

Распределению рынка по ценовым сегментам свойственны определенные изменения. Так, начиная с 2001 г. быстрый рост объемов продаж автомобилей характерен для двух сегментов: от 6 до 10 тыс. долларов США и от 10 до 15 тыс. долларов США. Вместе с тем, спрос на автомобили стоимостью свыше 25 тыс. долларов США сохраняется на неизменном уровне, что является знаковым показателем для развития всего российского рынка. Однако для условий Москвы развитие рынка имеет противоположную тенденцию, так как здесь имеет место увеличение спроса в сегменте автомобилей стоимостью от 25 тыс. долларов США. При этом спрос на автомобили стоимостью от 6 до 10 тыс. долларов США не претерпевает значительных изменений.

В настоящее время основными факторами, влияющими на рост спроса автомобилей, являются:

1. Реальный рост ВВП (по оценкам до 2006 г. он составит ежегодный прирост в 6 - 7%).
2. Продолжающийся численный рост среднего класса (по проведенным расчетам в ближайшие 5 лет в Москве он может составить 35 – 40% от всего населения города).
3. Возрастающая необходимость замены старых автомобилей на новые. Так, на конец 1999 г., доля автомобилей свыше 10 лет в РФ уже достигла 43% (для примера в США и Великобритании эта доля составляет соответственно 27% и 20% парка).
4. Увеличивается доля импортируемых в Россию новых иностранных автомобилей (к 2005 г. она может составить 25 – 30% от общего числа автомобилей, продаваемых на рынке страны). Это около 500 тыс. автомобилей в год.
5. Прирост парка за счет автомобилей классов «В» (около 20%), класса «С» (35 – 40%) и класса «D» (20%).

Наибольший интерес представляет автомобильный рынок Москвы. Из числа всех автомобилей города 840 тыс. (42%) приходится на долю авто-

мобилей зарубежных марок. Ежегодный прирост парка составляет 120 – 125 тыс. автомобилей (или 15%). Из них 35% - за счет импортных автомобилей. Вместе с тем, по данным Института маркетинговых исследований «Комкон», на долю новых автомобилей приходится более 70% покупаемых в Москве иномарок. Таким образом, емкость рынка новых автомобилей иностранного производства в Москве составляет не менее 28 тыс. в год.

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМ

А. В. Олейник

*УО «Брестский государственный технический университет»,
Республика Беларусь*

Для организации работы любой логистической системы наиболее важными являются информационные потоки (от подачи заявки на доставку до отчета по выполненной перевозке). Наличие программного обеспечения позволяет создать информационные системы планирования и контроля перевозок, учитывающие специфику деятельности конкретных предприятий. Использование средств оперативной связи повышает надежность функционирования логистической системы автоперевозок, позволяет своевременно реагировать на возникающие проблемы и повышает привлекательность услуг для клиентов.

Существуют следующие основные типы средств и систем оперативной связи: ближняя связь в диапазоне 27 МГц; ультракоротковолновая и коротковолновая радиосвязь; сотовая и спутниковая связь. Из них наиболее перспективны в настоящее время сотовая и спутниковая связь. Спутниковая связь позволяет осуществлять постоянное наблюдение за движением транспортных средств по карте автомобильных дорог на мониторе компьютера диспетчера. Водитель также имеет возможность послать сигнал тревоги с внеочередным определением местонахождения автомобиля нажатием специальной кнопки. Сотовая связь позволяет осуществлять не только речевую связь, но и передавать текстовые сообщения SMS одному или группе абонентов. Недостатком сотовой связи является невозможность контроля действительного местоположения автомобиля.

Интересен опыт зарубежных перевозчиков: в Германии 32% всех предприятий оборудовали свой грузовой автопарк информационно-коммуникационными технологиями. Для оповещения водителей о пробках на дороге действует радиоинформационная система «канал дорожных сообщений» (Radio Data System — Traffic Message Channel). Необходимую дорожную информацию на свой бортовой компьютер водитель может получить, пользуясь Глобальной системой мобильной коммуникации (Global System for Mobile Communications). Для отслеживания движения груза используется спутниковая Глобальная позиционная система (Global-Positioning-System).

Рынок программного обеспечения работы белорусских перевозчиков в настоящее время активно развивается. На сайте www.belcargocom можно зарегистрироваться в базе CONCORD, которая обеспечивает оперативную доставку всей полезной информации, необходимой для деятельности организаций, связанных с торговлей и перевозками грузов. В настоящее время "CONCORD" обслуживает страны СНГ, Прибалтики, Республику Польша, Чехию, Словакию, Западную и Восточную Европу.

Преимущество работы в CONCORD - обеспечение быстрой связи Заказчик-Экспедитор-Перевозчик как через INTERNET так и через сервера базы CONCORD (Словакия, Чехия, Польша, Россия, США). Существует возможность ведения электронного документооборота между абонентами сети. Пользователи сети могут оказаться партнерами в следующих областях: торговля; ремонт и сервисное обслуживание а/техники; международные перевозки и экспедиция; лизинг.

Программа "Клиент BELCARGO.COM": предназначена для быстрого обмена информацией по загрузкам с сайтом www.belcargocom. С её помощью можно оперативно размещать, изменять и удалять информацию на сервере, не тратя время на ожидание загрузки html-страниц.

Комплекс "Дороги XXI век" предоставляет возможность выдачи маршрута на печать в виде подробной таблицы с указанием номера и типа дороги, съездов, мелких перекрестков, километража, названий транзитных населенных пунктов, временного графика езды и стоянок (режима труда и отдыха водителей). Также возможно изменение всех параметров пользователем под свои требования, сохранение маршрута в виде файла на жестком диске компьютера, расчет затрат на рейс по маршруту.

Программный комплекс "Экспедитор" v. 3.2 предназначен для автоматизации документооборота и оперативного учета и анализа экспедиторской деятельности предприятия в сфере международных грузоперевозок. Основные возможности программы в себя включают учет перевозок, создание заявки на перевозку, контроль задолженности по заказчику, число мест загрузки и мест выгрузки, создание архива подвижного состава перевозчиков, учет СМР, путевых листов, командировочных, финансовой деятельности предприятия, расчет прибыли по перевозкам.

АРМ "Перевозчик" предназначен для решения задачи автоматизации документооборота транспортного предприятия. В специализированных журналах ведется учет использования дорожных разрешений, бланков СМР-накладных и книжек МДП, отслеживаются сроки окончания официальных регистрационных документов на автотранспорт и водителей.

Разнообразие критериев эффективности транспортного процесса является следствием многоцелевого характера деятельности логистической автотранспортной системы. Для повышения эффективности ее функционирования необходимы систематизация и согласование целей подсистем, образующих автотранспортную систему.

Операторами рынка транспортных услуг являются транспортные и экспедиторские предприятия, взаимодействие которых с потребителями транспортных услуг осуществляется достаточно сложным образом, что не дает возможности рекомендовать один оптимальный вариант, пригодный для всех возможных условий доставки.

Предлагаемые на рынке информационных технологий программные продукты и информационные системы в некоторой степени не учитывают всего многообразия условий доставки.

НЕКОТОРЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К РАЗРАБОТКЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ В ИНВЕСТИЦИОННО-СТРОИТЕЛЬНОЙ СФЕРЕ

В.Ю. Павлючук

Администрация СЭЗ «Брест», Республика Беларусь

Изменения в экономике в целом, развитие рыночных отношений в Республике Беларусь обусловили необходимость проведения крупномасштабных исследований и разработок в направлении создания системной информационной технологии управления инвестиционными процессами, включая управление проектами и деятельностью организаций и предприятий инвестиционно-строительной сферы. До этого информационные технологии разрабатывались для управления строительством, не рассматривая все стадии жизненного цикла инвестиционного проекта. Разработка современных информационных систем должна осуществляться с учетом передового отечественного и зарубежного опыта, в том числе, возможного использования в системе эффективных прикладных компьютерных программ с разработкой необходимых интерфейсов их информационной и программной совместимости. При этом проектирование информационной системы должно основываться на создании единого интегрированного банка данных для комплексного и взаимоувязанного по входной и выходной информации решения всех прикладных задач.

Информационная система должна охватывать в комплексе все стадии и функции управления инвестиционными проектами, а также направления деятельности их участников. В частности, прикладные компьютерные программы, обеспечивая взаимоувязку входной и выходной информации между задачами системы, должны обеспечить более эффективную по сравнению с существующей практикой разработку предпроектной, проектной и производственной документации.

Информационная система должна помогать осуществлять более эффективную подготовку и принятие управленческих решений, разрабатывать и реализовывать инвестиционные проекты более эффективно с рациональными сроками, затратами и результатами, иметь всестороннюю информацию о проектах и его участниках.

Информационная система направлена как на увязку интересов всех участников инвестиционного процесса, позволяющую обеспечить инфор-

мационные интерфейсы и унификацию технико-экономических показателей, так и на повышение эффективности деятельности каждого из них.

В информационной системе необходимо предусмотреть модульный принцип разделения прикладных программных продуктов, обеспечивающий возможность, учитывая организационно-штатную структуру предприятий и организаций, специализацию их структурных подразделений, служб и каждого конкретного работника, запроектировать автоматизированные рабочие места (АРМы), не перегружая их ненужной информацией. При этом требуется обеспечить автоматизированный интерфейс передачи необходимой информации между отдельными АРМами. К примеру, работники сметных структурных подразделений предприятия, с одной стороны, должны обмениваться информацией "по вертикали", скажем, инженеры-сметчики предприятия и дочерних предприятий или филиалов. А с другой стороны, инженеры-сметчики передают (а при необходимости принимают от них) информацию инженерам-экономистам для осуществления взаиморасчетов за выполненные работы между участниками инвестиционного процесса. С целью повышения эффективности автоматизированного обмена информацией между работниками, а также санкционированного доступа информации, создается интегрированный банк данных информационной системы с четким распределением данных по каждому участнику инвестиционного процесса и их структурным подразделениям.

Можно выделить следующие основные требования к проектированию информационных систем:

- системная технология увязки деятельности всех участников инвестиционного процесса с целью улучшения их взаимодействия и координации для повышения эффективности разработки и реализации инвестиционных проектов. В частности, инвесторов, организаций застройщиков и заказчиков проектов, строительных, проектных, промышленных и других предприятий;

- комплексное рассмотрение для любого участника инвестиционного процесса функций управления на протяжении всего жизненного цикла проекта, от предпроектной проработки до его завершения;

- возможность гибкого учета в каждом прикладном программном продукте и соответствующей нормативной базе специфики деятельности предприятия;

- возможность использования и настройки информационной системы для любой организационно-штатной структуры предприятия по принципу: конкретный программный продукт системы соответствует отдельному автоматизированному рабочему месту пользователя в производственном подразделении предприятия;

- компьютерная поддержка принятия решений с активным пользовательским интерфейсом на основе прикладных программ, обеспечивающих прозрачность расчетов с постоянным участием экспертов (пользователей), а не на основе закрытых для пользователей алгоритмов;

- наличие единой системы классификации и кодирования технико-

экономической информации, позволяющей осуществлять автоматизированный обмен данными между структурными подразделениями и службами предприятия, а при необходимости, и между всеми участниками инвестиционного процесса;

- наличие и возможность гибкого наращивания нормативных баз для решения прикладных задач с обеспечением принципа: передача пользователю программного продукта с необходимой и удобной для работы нормативной базой. К примеру, компьютерная программа по планированию, учету и списанию материальных ресурсов должна передаваться с необходимой производственной нормативной базой их расхода;

- обеспечение минимально необходимого и одноразового ручного ввода исходной информации за счет наличия в банке данных всесторонней нормативно-справочной информации с возможностью её санкционированной корректировки, а также фонда результатов решения каждой прикладной задачи системы для его использования для решения других задач;

- наличие возможностей у пользователей информационной системы проводить необходимые расчеты технико-экономических показателей по инвестиционному проекту при различных вариантах полноты проектной информации, от эскиза проекта до рабочих чертежей с надстройкой соответствующих укрупненных и детальных элементных нормативных баз;

- возможность формирования как плановых, так и фактических показателей по инвестиционному проекту в унифицированных отчетах пользователей на различных уровнях управления с целью проведения анализа и регулирования хода работ по проекту по единым правилам и стандартам с взаимоувязанными сроками и ресурсами;

- возможность вышестоящего уровня управления обладать, при необходимости, полной плановой и финансовой информацией нижестоящих уровней;

- возможность значительно уменьшить себестоимость инвестиционной проекта, в частности за счет снижения злоупотреблений и хищений материальных и других ценностей при реализации инвестиционных проектов, к примеру, на основе компьютерных ограничений на списание ресурсов в пределах установленных норм и нормативов с возможными их изменениями только лицами, принимающими решения.

ПАНЕЛЬНОЕ ДОМОСТРОЕНИЕ В МОСКВЕ, ЕГО ОСНОВНЫЕ ДОСТОИНСТВА И НЕДОСТАТКИ

А.А. Паньковский

ОАО «ДСК-1», Москва, Россия

На сегодняшний день в столице практически не осталось ни одного района, где бы панельное жилье не было построено ранее или не возводится в настоящее время. За долгие годы эпохи панельного домостроения в Москве был создан крупнейший в России строительный комплекс, включающий в себя девелоперские структуры, архитектурные НИИ и мастерские, ДСК, ЖБК, другие профильные заводы, которые на протяжении дли-

тельного периода наращивали свои мощности и внедряли новые технологии. Пройдя в начале 90-х годов сложный путь приспособления к новым условиям хозяйствования, при поддержке городских властей, строительный комплекс Москвы превратился в крупнейшего участника, без преувеличения сказать - монополиста первичного рынка жилой недвижимости, диктующего свои условия остальным предприятиям.

Несколько утрируя процесс панельного домостроения, можно представить его как «взрослый» вариант конструктора. Панели, из которых возводятся современные дома, представляют собой усовершенствованный «сэндвич», состоящий из трех слоев (бетон-утеплитель-бетон). С наружной стороны панельные дома отделываются декоративной плиткой или окрашиваются.

В качестве утеплителя сегодня чаще всего используется пенополистерол, имеющий самые высокие показатели теплоизоляции. Например, наружные стены дома серии П-111МО состоят из панелей толщиной 350 мм, при производстве которых используется утеплитель полистерол толщиной 80 мм. Такая конструкция по тепловым характеристикам соответствует кирпичной кладке толщиной 900 мм.

Разные заводы-производители выпускают для «своих» серий разные «сэндвичи». Например, наружные панели, выпускаемые ДСК №1 для домов серии П-44Т, -трехслойные, толщиной 300 мм. За счет усовершенствованного утеплителя и прослойки из специальной пленки увеличена их теплоизоляция. Панели, выпускаемые ДСК №2 для серии КОПЭ также трехслойные и также 300-миллиметровые.

ДСК №3 изготавливает панели для домов своих серий П-3М несколько толще – 350 мм. Повышенной теплоизоляцией отличаются дома серии П-55М с 340-миллиметровыми стенами. Такую же толщину имеют и керамзитобетонные панели для домов серии П-46М. Самые толстые наружные стены из керамзитобетона – в домах серии «Бекерон», их толщина 400 и 500 мм. Все конструкции и материалы, которые используются в панельном домостроении, проходят строгий контроль и соответствуют принятым в России СНиПам.

Одним из основных факторов, определяющих сегодня «живучесть» технологии панельного домостроения, является фактор социальный.

Его первая составляющая имеет как положительную, так и отрицательную сторону. Строительный комплекс Москвы – это огромное количество предприятий, имеющих то или иное отношение к процессу строительства жилья в Москве, на которых трудится в общей сложности более миллиона человек. Поэтому, с одной стороны, крайне актуальной является проблема обеспечения объемом работ и социальных гарантий многотысячного коллектива как на предприятиях строительного комплекса, так и в многочисленных строительных управлениях, НИИ КБ, выполняющих смежные и подрядные работы. При освоении больших территорий, на которых требуется построить недорогое муни-

ципальное жилье (районы массовой застройки), оптимальный выход на сегодняшний день – панельное домостроение.

С другой стороны, этот фактор является серьезным препятствием на пути интенсификации развития строительного комплекса, его перехода к рыночной и конкурентной экономике, где основными показателями являются удельная производительность труда и себестоимость выпускаемой продукции. Понятно, что при таком количестве затрат на содержание всей «строительной армии», реальное управление себестоимостью затруднено.

Вторая составляющая социального фактора заключается в том, что на сегодняшний день квартиры в панельных домах пользуются устойчивым спросом у достаточно массовой категории покупателей, для которых основным критерием при выборе квартиры является ее стоимость.

Основная причина заключается в том, что квартиры в панельных домах пока остаются наиболее доступными по цене, а точнее - по соотношению «цена-площадь». Сравнительно небольшая квартира в панельном доме в районе массовой застройки, приобретенная на начальном этапе строительства дома, пока еще обходится покупателю, как минимум, на четверть дешевле, чем такая же жилплощадь в монолите.

Снять проблему ажиотажного спроса на жилье в Москве, решить социальные проблемы с переселением москвичей из ветхих домов, предоставить достойное жилье социально незащищенным гражданам – решение этих вопросов сегодня невозможно без строительства жилья. Это можно осуществить только путем панельного жилья и, прежде всего, в районах массовой застройки, поскольку пока еще удельные сроки строительства панельного дома существенно меньше, чем монолитного. При этом удельная себестоимость массового строительства ниже. Для многих москвичей с ограниченным бюджетом именно квартира в панельном доме является единственно возможным путем улучшения своих жилищных условий. И это, по мнению исследователей, главное на сегодняшний день преимущество панельного домостроения.

Еще одним преимуществом панельного домостроения можно считать и то, что при скромных запросах будущих жильцов (без перепланировки и «евроотделки») ремонт и чистовая отделка такого жилья обойдется дешевле, чем в монолитном доме, имеющем, как правило, свободную планировку.

К основным недостаткам технологии панельного домостроения можно отнести то, что панельные дома не мобильны, они имеют ограниченное количество планировочных решений, по которым сегодня у покупателей есть большое количество нареканий. Для примера можно взять дом серии КОПЭ. При том, что в целом планировки всех без исключения квартир можно охарактеризовать как хорошие, при детальном их рассмотрении выясняется, что и они не без изъянов. К примеру, в двухкомнатной квартире проектировщики не догадались правильно

разместить входную дверь - в прихожей около двери остаются зазоры с одной стороны 35 см и с другой - 40 см, в которые никак не вписать даже самый маленький стенной шкаф для одежды. Если бы дверь была сдвинута в одну из сторон всего на несколько сантиметров, проблема была бы решена.

ДСК выпускают строго определенные панели и блок-секции, и чтобы изменить ассортимент, необходимо переоснащать весь комбинат, что связано со значительными дополнительными трудовыми и финансовыми затратами. При этом проектировщики, работающие в панельном домостроении, находятся в очень серьезных «тисках», связанных с промышленной (поточной) реализацией проектов. Каждое изменение конструкций, придание им иной формы, перепланировки квартир связаны с ростом номенклатуры новых изделий. Смена поколения панельных домов или даже модернизация разработанных ранее серий - это очень сложный трудо- и капиталоемкий процесс, где приходится учитывать все сложности, которые лягут на производственника - тот же ДСК-1.

ОРГАНИЗАЦИЯ ВНУТРИПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ОТНОШЕНИЙ В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА

Л.И.Поддергина

Белорусский национальный технический университет, г. Минск

Развитие рыночных отношений внутри предприятия способствует организации его коммерческой деятельности с использованием системы маркетинга. Маркетинговая деятельность структурных подразделений предприятия по существу включает в себя те же составляющие, что и в случае маркетинговой деятельности предприятия в целом. В том числе: оценку коммерческих возможностей других подразделений предприятия (цехов, отделов, служб), с которыми данное подразделение вступает в рабочие контакты; анализ собственных экономических возможностей, направленных на изыскание внутренних резервов, оказывающих влияние на улучшение положения подразделения (снижение затрат, рост прибыли, повышение рентабельности и пр.); разработку мероприятий организационно-технического и экономического характера, направленных на повышение конкурентоспособности подразделения, обеспечивающей улучшение качества продукции (работ, услуг), выполняемых подразделением с использованием трансфертных цен на нее; обоснование прогнозов по платежеспособному спросу на новую и серийно выпускаемую продукцию на основе изучения конъюнктуры и емкости рынка.

Все структурные подразделения предприятия должны руководствоваться единой целью, направленной на повышение эффективности производства, реализация которой связана с выполнением задач социально-экономического и административного характера.

Договорная система коммерческих отношений между структурными подразделениями предприятия позволяет им учитывать эффективность

конкретных контактов с точки зрения выгоды оказываемых услуг, сроков и качества их исполнения. Реализация такой системы взаимоотношений вызывает необходимость исследования функционирования и экономического положения возможных партнеров, что является одной из главных функций маркетинговой службы внутрипроизводственного назначения.

Система маркетинга на предприятии предусматривает возможность построения альтернативных трансфертных цен, позволяющих учитывать меняющиеся организационно-технические условия производства. В сложившейся системе такой подход не имеет смысла, так как экономическое положение подразделения по существу определяется не инициативой его коллектива, а системой централизованного формирования затрат по всем структурным подразделениям предприятия. При отсутствии таких показателей как прибыль и рентабельность, на уровне структурных подразделений не имеет смысла проявлять "излишнюю" инициативу, направленную на повышение экономической эффективности производства.

Подразделения предприятия, получающие возможность влиять на совершенствование организационно-технических условий собственного производства, должны проводить исследования, направленные на изыскания наиболее целесообразных организационных форм управления и внедрения высокоэффективных технологий, позволяющих им повышать качество продукции и услуг, выполняемых подразделением с использованием оптимальных трансфертных цен.

Для проведения маркетинговых исследований, касающихся внутрипроизводственных отношений, необходимо расширить функции маркетинговой службы предприятия, включив те, которые будут направлены на обеспечение коммерческих интересов структурных подразделений предприятия.

Практика последних лет показала острую необходимость формирования общеметодических подходов к выбору стратегии развития организации производства, отвечающих новым условиям функционирования предприятий в системе маркетинга. Эта задача представляется достаточно сложной, поскольку традиционные подходы эволюционного развития неприемлемы в период реформирования всей структуры экономических отношений.

Развитие организации производства можно рассматривать как разворачивающийся во времени процесс её перехода из одного качественного состояния в другое. Целью такого развития является повышение эффективности функционирования производства. Инструментом достижения этой цели служат качественные преобразования системы организации производства в целом, или привнесение в организацию производства качественно новых элементов, изменяющих её состояние и характер. Процесс развития организации имеет свою логику и закономерность.

Одним из вариантов организации эффективного внутрипроизводственного экономического механизма на предприятии с использованием системы маркетинга является построение внутреннего регулируемого

рынка, который предусматривает бизнес-планирование на уровне структурных подразделений предприятия и определяет функции и действия, необходимые для выполнения той или иной работы, а также объединяет их в рамках группы, отдела, подразделения.

Концепция, ориентированная на потребителя, базируется на четком разграничении управленческих концепций по критериям, которые выражают его запросы. В идеальном случае деятельность, связанная с тем или иным клиентом или группой клиентов, должна учитываться всеми подразделениями предприятия. Цель таких действий заключается в обеспечении безупречной коммуникации и координации в рамках подразделения, поддержания прямого контакта с рынком.

Совершенствование внутрипроизводственных отношений в значительной степени зависит от правильно выбранной стратегии маркетинга внутри предприятия, которая влияет на экономический механизм, построенный в комплексе с системой его управления в целом.

ПРЕДПРИЯТИЕ КАК ОТКРЫТАЯ СИСТЕМА В ПРОЦЕССЕ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

С. В. Потапов

*УО «Брестский государственный технический университет»,
Республика Беларусь*

подавляющее большинство предприятий в Республике Беларусь функционирует в условиях изменчивости окружающей экономической среды. Исходя из этого, все они могут быть классифицированы как закрытые или открытые экономико-хозяйственные системы.

До 60-70-х годов предприятие в основном рассматривалось как объект закрытой системы. Такая система характеризовалась, в первую очередь, влиянием на нее внутренних факторов, среди которых можно отметить организационные, технологические, финансовые, кадровые и т.д. При этом факторы внешней среды воздействовали на хозяйствующий субъект косвенно, и такое влияние не имело априорного значения. В Республике Беларусь такое положение вещей обуславливалось ведением планово-административной экономики в рамках всего СССР.

Рыночная экономика изменила взгляд на предприятие как закрытую систему, относительно независимую от окружающей ее среды.

Воздействие внутренних факторов на финансово-экономическую деятельность предприятия дополнилось влиянием факторов внешней среды, среди которых выделялись государственное регулирование, либерализация торговли, воздействие инфляции, глобализация, обострение конкуренции и др. Медленное осознание и отсутствие анализа влияния изменений извне обеспечивали резкое ухудшение основных производственно-финансовых показателей. Высокая вероятность развития на предприятии кризиса в такой ситуации определялась полной неопреде-

ленностью внешней информации и, как следствие, ошибками в процессе принятия управленческих решений.

Информация по содержащейся в ней степени неопределенности, условно делится на три группы:

- исходная - заранее накопленная информация, полученная на базе прошлых периодов деятельности;
- оперативная - текущие сведения о состоянии объекта;
- субъективная - информация, которая не может быть получена объективными методами. Такая информация базируется на опыте, интуиции и знаниях лица, принимающего решения.

Неопределенность исходной информации характеризуется ее неполнотой, недостоверностью, несоответствием содержанию решения. Источником этой неопределенности могут быть недостатки в организации статистической и информационной службы, отсутствие достаточных знаний механизмов функционирования предприятия и внешней среды, а также невозможность надежной оценки значений отдельных параметров (например человеческого фактора) [1]. Неопределенность этой группы информации может быть разрешена путем осуществления ряда мер организационного и технологического характера (налаживания учета данных, их систематизации, замены квалифицированными работниками и др.).

Оперативная информация поступает в процессе разработки и реализации решения как непосредственно в виде обратной связи, так и в результате генерирования уже известной информации. Информация этой группы отражает состояние объекта, тенденции его развития, будущие условия функционирования, стратегии деятельности, возможные альтернативы решений и критерии их выбора. Неопределенность этой информации зависит от величины заранее накопленной информации об особенностях и закономерностях функционирования объекта и от надежности используемых методов разрешения неопределенности.

Субъективная информация - это результат действия лица, принимающего решения о выборе того или иного исхода в ситуации, когда объективной информации либо недостаточно для принятия решения, либо ее вообще нет. Генерируя такую информацию, управленец опирается на свой собственный опыт, интуитивные суждения, мнение экспертов. Неопределенность этой группы информации характеризуется тем, что полная определенность познаний об объекте или явлении невозможна в силу ограниченности исходной и оперативной информации, а также дефицита времени для разработки решений. Неопределенность этой информации разрешается субъективным принятием управленческого решения.

Внешняя среда прежде всего представляет интерес тем, что в ней содержится большая составляющая неопределенности. Воздействие неопределенности на управленческую систему предприятия осуществляется воздействующими внешними факторами. Выделяют семь основ-

ных групп, от которых зависит успех предприятия. В их состав входят следующие: 1) экономические; 2) политические; 3) технологические, 4) социальные, 5) конкурентные, 6) рыночные, 7) международные.

Каждый из факторов может представлять для предприятия или угрозу, или новую возможность. Поэтому для белорусских предприятий, большинство из которых отвечает чертам открытой экономико-хозяйственной системы, состояние внешней среды должно постоянно анализироваться, а результаты анализа - использоваться при выборе альтернатив решения проблем.

Литература:

1) Борисов А.Н. Принятие решений на основе нечетких моделей: примеры использования / Риж. техн. ун-т. - Рига: Зинатне, 1990. - 184 с.

ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Н.А.Прилуцкая

*УО «Брестский государственный технический университет»,
Республика Беларусь*

Проблема оценки эффективности PR-кампаний и PR-акций в настоящее время стоит остро. С одной стороны, наблюдается все большее использование этого элемента системы маркетинговых коммуникаций (СМК) предприятиями, с другой – отсутствуют общепринятые теоретические подходы к PR и оценке экономической эффективности этого вида деятельности. Существуют диаметрально противоположные точки зрения на саму возможность такой оценки. Так, российский ученый А.Чумиков считает, что, несмотря на то, что PR менее конкретны, чем реклама, и не обеспечивают непосредственный результат, а лишь способствуют его достижению, оценка этого вида деятельности может быть произведена. Иначе за что платят деньги клиенты многочисленных PR-агентств? Другой российский ученый И. Викентьев, наоборот, считает оценку эффективности PR принципиально нерешаемой проблемой, т.к. в гуманитарных сферах не может быть заранее количественно определен и гарантирован результат.

Определение эффективности PR-деятельности с позиций формального экономического подхода заключается в нахождении частного от деления количественного выражения результата от предпринятых действий на сумму понесенных затрат. Возможность использования этого метода вызывает затруднения в выяснении того, что является результатом, и в его количественной оценке. Связи с общественностью не ставят своей целью конкретные акты купли-продажи, хотя такие результаты и могут быть достигнуты.

Для того чтобы определить, что может являться результатом PR-деятельности, следует рассмотреть составляющие PR – информационную и коммуникационную. Первая связана с производством и распро-

странением информационных продуктов. Эту составляющую могут характеризовать такие данные, как количество подготовленных и отправленных информационных продуктов (пресс-релизов, приглашений и др.), количество проведенных мероприятий (пресс-конференций, выставок, семинаров и др.), количество человек или организаций, ставших осведомленными в результате PR-усилий источника сообщения.

PR-деятельность предприятия не будет эффективной, если все перечисленные ранее результаты PR-процесса не произведут должного эффекта на адресата сообщений. В этом и есть коммуникационная природа PR: адресат в результате воздействий может изменить свое восприятие, отношение, поведение. Не многое в анализе восприятия, отношения и поведения поддается оценке и исчислению, но если некоторые части общего «результата» можно оценить, то на основе этих данных можно высказывать более объективные суждения о «неисчисляемом целом» (результате). Вот некоторые стороны результата, которые поддаются исчислению: рост числа полученных запросов; сокращение числа получаемых жалоб; процентное изменение озабоченности, интереса (можно вычислить путем социологического опроса) и др.

Существенно затрудняет оценку эффективности PR-деятельности предприятия и то, что PR, являясь элементом СМК, транслируют близкие по смыслу сообщения, оказывая тем самым на адресата комплексное воздействие, формируя в его восприятии цельный образ предприятия или товара (из-за синергетического эффекта СМК). Поэтому при использовании предприятием нескольких элементов СМК возрастает сложность определения эффективности каждого из них в отдельности.

Кроме того, на достижение положительных результатов оказывает влияние достаточно большое количество неконтролируемых факторов, не связанных непосредственно с предпринятыми предприятием PR-усилиями (внешнеэкономические изменения, конкуренция и др.)

Временной фактор также способен исказить результаты оценки эффективности PR-деятельности предприятия, особенно если речь идет о стратегических PR. Эффекты могут проявиться через некоторое время, продолжительность которого неизвестна.

Альтернативные способы определения эффективности связаны:

1. С определением экономии, например, на основе сравнения рекламных и PR-расходов на размещение в СМИ материалов одного объема. Этот способ не совсем корректен, так как у PR и рекламы разные цели.

2. С определением достижения поставленных целей. Существующие модели оценки эффективности PR-процессов и программ, разработанные западными специалистами (Катлип, МакНамара, Нобль и Линденманн) предполагают, что на этапе планирования каждый уровень программы детализирует достижение общей цели по какому-либо показателю. Преимущества метода связаны с возможностью отслеживания на каждом этапе косвенных признаков благополучия или трудностей.

Использование этого метода требует способности лица, проводящего оценку, к интерпретации сведений.

Дальнейшее развитие PR-деятельности предприятий несомненно будет способствовать пополнению исследовательской базы и разработке теоретических подходов к оценке эффективности PR-деятельности.

ОСОБЕННОСТИ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ХОЛДИНГОВ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ

К.А. Псарев

Московский государственный строительный университет, Россия

Период становления и развития рыночных отношений в российской экономике связан с процессами разгосударствления и формирования частной собственности. Процессы приватизации, начавшиеся в 90-х годах и продолжающиеся в настоящее время, существенным образом изменили характер отношений между участниками производственных процессов, способствовали формированию рыночных отношений, что, несомненно, сказалось на интеграционных процессах.

Важнейшими стимулами формирования интегрированных групп в условиях рыночной экономики являются, прежде всего, стремление к получению конкурентных преимуществ в том или ином сегменте рынка, к привлечению инвестиций для расширения производства, к получению дополнительной прибыли.

Интегрированные структуры создаются практически во всех отраслях промышленности, строительства, сельского хозяйства, не только в крупном, но и среднем и малом бизнесе. Повышенный интерес к интегрированным образованиям и активизация процессов их формирования отражают стремление к консолидации ресурсов и получению обеспечиваемых интеграцией конкурентных преимуществ. Особенности формирования интегрированных структур в строительстве в настоящий период, прежде всего, обуславливаются процессами концентрации государственной собственности в период с 80-90 годы прошлого столетия, когда реализуя принцип территориально – отраслевой организации строительного производства, были созданы территориальные и отраслевые строительные министерства в состав которых входили производственные объединения и главки, которые впоследствии стали объектами приватизации как единого хозяйственного комплекса. Так, например, на территории г. Москвы для осуществления жилищного, гражданского и промышленного строительства были образованы главки Главмосстрой, Моспромстрой и др., которые включали в свой состав крупные строительные тресты, комплекточные базы, заводы железобетонных изделий, проектные и конструкторские организации и др. предприятия, обеспечивающие процессы строительного производства. В составе Минмонтажспецстроя также функционировали крупные производственные и научно-производственные объединения, главки, которые объединяли различные предприятия по отраслевому признаку или особенностям строительства и

монтажа специальных конструкций: Научно - производственное объединение «Монтажавтоматика», специализированное объединение «Химмонтаж», производственное объединение «Спецмашмонтаж» и др. В ходе приватизации крупные объединения и главки были преобразованы в открытые акционерные общества, в которых бывшие государственные предприятия и строительные тресты и управления получили статус филиалов. Потеря статуса юридического лица имела негативный результат, в частности, снижалась оперативность управления, изменялся социально-значимый статус руководителя и т.п. Особенно отрицательно такое положение отразилось на филиалах, территориально удаленных от центрального аппарата управления юридического лица. Последний, в силу объективных причин, не мог эффективно управлять многочисленными объектами, включенными в состав акционерного общества. В строительстве начался процесс выделения из состава единого хозяйствующего субъекта - акционерного общества, созданного в процессе приватизации, - дочерних обществ, которые совместно с акционерным обществом образовывали интегрированную холдинговую структуру. Данная ситуация послужила существенным фактором формирования на базе единого предприятия группы хозяйствующих субъектов, объединенных между собой системой контроля и участия со стороны акционерного общества относительно созданных дочерних обществ, что является классическим принципом образования интегрированной группы. Уровень контроля обусловлен в силу владения одним участником контрольным пакетом акций (долей) дочерних обществ. По данной классической схеме создано большинство крупных бизнес-групп в строительстве, в т.ч. объединение хозяйствующих субъектов ЗАО «Коксохиммонтаж», ЗАО «Союзпромонтаж», ЗАО «СО Химмонтаж», ОАО Научно- производственное объединение «Монтажавтоматика», ЗАО «Моспромстрой», ОАО «Главмосстрой» и др.

Как правило, каждая строительная фирма имеет свои дочерние общества и, по существу, представляет собой интегрированную структуру. Кроме обозначенного выше способа формирования интегрированной структуры, существует способ, основанный на приобретении пакетов акций хозяйствующих субъектов, которые по своей специализации связаны с технологией строительного производства и/или способны обеспечить замкнутый технологический цикл в рамках интегрированной структуры. Используя такой подход, в ОАО «ЛУКОЙЛ» был создан субхолдинг ЗАО «Лукойл - Нефтегазстрой», который, приобретая контрольные пакеты специализированных монтажных организаций, создал мощности, способные реализовывать крупные строительные проекты. Данный способ также базируется на системе участия юридического лица в дочерних обществах.

Формирования крупных бизнес-групп в строительстве, как и в других сферах бизнеса, возможно за счет владения одними и теми же собственниками контрольными пакетами акций различных хозяйствующих субъектов. Фактически система контроля за участниками группы обеспечивается одними и теми же собственниками, которые возлагают на одного из участ-

ников группы (управляющая компания) права контроля и управления за деятельностью других участников группы. Одна из крупнейших строительных групп на рынке строительства жилья в Москве – ЗАО «СУ-155» сформирована именно за счет одинаковой структуры собственников.

Тип отношений, при котором одна из компаний получает возможность определять деятельность других компаний на рынке, кроме обозначенного выше условия, имеет большое количество разновидностей. В частности, если предприятия на рынке связаны условиями поставки, либо предприятие-монополист диктует условия деятельности других организаций, то фактически образуется группа лиц из формально независимых хозяйствующих субъектов. Субподрядчик на период договора подрядных работ полностью зависит от генподрядчика, который фактически определяет условия его деятельности.

Различные типы отношений, приводящих к контролю одного хозяйствующего субъекта над другим, в дальнейшем будем называть холдинговыми отношениями, которые и порождают возможность объединения различных хозяйствующих субъектов в единую интегрированную структуру - холдинг. Холдинг представляет собой важное звено системы участия, при помощи которой одно общество подчиняет себе формально независимые акционерные компании, располагающие капиталами, во много раз превосходящими их собственный.

ДВОЙСТВЕННЫЙ ХАРАКТЕР ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ КАДРОВЫХ СЛУЖБ И ЛИНЕЙНЫХ МЕНЕДЖЕРОВ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

И.К. Рудак

*Белорусский государственный экономический университет,
г. Минск, Республика Беларусь*

Ключевой составляющей любого бизнеса является управление персоналом, представляющее процесс воздействия на коллектив и отдельных работников с целью достижения целей предприятий (организации). Основными субъектами в системе управления персоналом являются работники кадровых служб, линейные руководители и топ - менеджеры. При этом деятельность сотрудников, которые заняты работой с кадрами и руководством персоналом тесно взаимосвязана. Объясняется это, во – первых, наличием у тех и других одного и того же объекта – персонал; а во – вторых – существованием общей цели – максимально возможное получение отдачи труда от используемого персонала. В то же время некоторые различия в выполняемых функциях, институциональных целях нередко приводят к конфликтам в отношениях между ними.

Расстановка людей является неотъемлемой частью ответственности, которую несет каждый линейный менеджер, от президента до работника низового уровня, имеющий право решать кадровые вопросы. К числу их общих обязанностей, направленных на эффективное управление персоналом, относятся:

- размещение на нужном рабочем месте необходимого работника в нужное время;
 - обучение работника, обеспечение специализации на новом рабочем месте;
 - достижение творческого сотрудничества и демократичных взаимоотношений в рабочей среде;
 - развитие потенциальных возможностей и способностей каждого, и т.д.
- Вместе с тем руководители кадровой службы выполняют три основные функции:

1. Линейную функцию. Реализация данной функции происходит через управление деятельностью работников данного подразделения. Таким образом, руководитель оказывает линейное влияние внутри этой службы.

2. Координационную функцию. Руководитель службы регулирует деятельность персонала при помощи функционального контроля. В данном случае он выступает в качестве проводника кадровой политики предприятия, который должен быть уверен в том, что принятая и одобренная политика последовательно выполняется линейными менеджерами.

3. Обслуживающую функцию. Данная функция реализует основное содержание деятельности руководителя службы персонала.

При этом, по мнению В.П. Пугачева, теория и практика менеджмента персонала позволила выработать несколько способов налаживания отношений между двумя ветвями управления персоналом [1, 66], а именно:

- четкое разграничение полномочий, прав и обязанностей между линейными и функциональными менеджерами. Как правило, это повышает значимость кадровых служб за счет менеджеров – практиков;

- обучение взаимопониманию и сотрудничеству посредством ротации, перевода из кадровых служб в линейные руководители и наоборот.

Таким образом, решением потенциального конфликта между линейными и функциональными подразделениями может выступать так называемая обоюдная ответственность кадровых служб и линейных руководителей за эффективное использование человеческих ресурсов всего предприятия в целом. Причем кадровые службы решают эту задачу за счет создания организационно-распорядительных инструментов кадровой работы, а линейные руководители – путем их использования в ежедневной своей работе.

Литература

1. Пугачев В.П. Руководство персоналом организации: Учебник. – М.: Аспект Пресс, 1998. – 279с.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЛЕСНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ

Л.В. Русских

БГЭУ, г. Минск, Республика Беларусь

Одной из актуальных проблем развития экономики Республики Беларусь является проблема реформирования лесного хозяйства. Конечной целью экономических преобразований в этой отрасли является обеспечение оптимального сочетания рыночных методов хозяйствования с системой государственного регулирования многоресурсного лесо-

пользования и воспроизводства лесных ресурсов в целях достижения сбалансированного социального, экономического и экологического развития современного общества.

Функционирование лесного хозяйства республики базируется на сметно-бюджетном финансировании лесохозяйственного производства и централизованном распределении лесосеичного фонда. Все расходы на ведение лесного хозяйства покрываются республиканским бюджетом по специальным, утверждаемым ежегодно планам и сметам. Финансирование осуществляется на принципах безвозвратности и строгого целевого назначения. Использование выделяемых средств может быть направлено только лишь на выполнение работ, предусмотренных производственно-финансовым планом. При этом необоснованным является расходование средств без утвержденной сметы или в размерах, превышающих плановое значение, как в целом, так и по отдельным статьям затрат.

Сложившаяся практика организации работ не создает предприятию возможности расширения и развития производства, улучшения условий труда своим работникам. С другой стороны, ухудшение финансового положения не влечет для предприятия экономических санкций. Деятельность лесхоза оценивается по тому, сумел ли он израсходовать предусмотренные согласно составляемым сметам средства. В результате, для лесохозяйственной отрасли характерно наличие ряда проблем, основными из которых являются: опосредованная связь между доходами и расходами лесного хозяйства на уровне предприятия, необоснованная ценовая политика, отсутствие заинтересованности в повышении продуктивности лесов и доходности лесного хозяйства, недостаточная мотивация труда работников лесхозов, неудовлетворительное состояние производственной инфраструктуры и низкий уровень организации производства. Все сказанное позволяет сделать вывод, что командно-административные методы управления лесным хозяйством показали свою несостоятельность в условиях становления рыночной экономики.

Альтернативой сметно-бюджетной системы является организация рыночного лесного хозяйства. Существуют разные модели рыночных отношений в лесном хозяйстве – канадская, американская, германская, что обусловлено различиями в структуре собственности, историческими традициями и другими факторами. Такая система характеризуется разделением функций управления и функций хозяйствования, что обусловлено созданием соответствующей институциональной системы, в составе которой особо следует выделить процесс реализации прав собственности на лесные ресурсы, механизм изъятия лесной ренты. Планирование объемов воспроизводства лесных ресурсов в Германии, Швеции, США и других развитых странах согласовано с финансовым планированием. Гарантированное финансирование лесного хозяйства – стабильный источник покрытия расходов, достаточный для качественного выполнения лесохозяйственных работ. Лесовладельцы получают от государства льготы или частичную компенсацию затрат на возобновление лесов после рубки. Органы государственного управления лесами кон-

тролируют соблюдение лесного законодательства во всех лесах независимо от форм собственности.

С позиций формирования конкурентных рынков лесных ресурсов, проведения лесохозяйственных мероприятий на конкурсной основе примечателен опыт США. Государство осуществляет контроль над тем, чтобы цены на древесный запас на корню не были ниже затрат на воспроизводство. Это один из принципов сохранения лесного капитала, устойчивого ведения лесного хозяйства.

Лесное хозяйство ведется в Канаде под контролем государства на основе арендных соглашений на ведение лесного хозяйства (сроком 20 и более лет) и лесопользование. Опыт Канады применяется при организации лесного хозяйства в Российской Федерации. Существенные недостатки канадской модели заключаются, прежде всего, в отсутствии заинтересованности арендаторов в улучшении качественного состава лесов и повышении их продуктивности, кроме этого следует отметить проблему формирования конкурентных рынков лесных ресурсов.

Система комплексного лесного хозяйства основана на государственной или частной собственности на леса и иные средства производства. При этом финансируются расходы на лесовыращивание за счет себестоимости продукции лесозаготовок или прибыли лесозаготовительного производства. Эта форма экономических отношений характерна для таких стран, как Польша, Чехия, Словакия, Болгария. Организация комплексного лесного хозяйства имеет важную практическую значимость для Республики Беларусь, так как представляет собой наиболее приемлемый способ преобразования старых и формирования новых институциональных структур и рыночного механизма управления лесным хозяйством. Основой формирования рыночного механизма служит рынок лесных ресурсов. Конкурендно-обный рынок лесных ресурсов в сочетании с государственным регулированием обеспечивает изъятие и распределение лесной ренты в интересах собственника – государства. Внедрение такой системы позволяет решить ряд проблем, существующих в лесохозяйственной отрасли и лесном комплексе в целом (улучшение возрастной и породной структуры лесов, рациональное лесопользование, повышение эффективности расходования финансовых средств на лесовыращивание, и тем самым, экономической ответственности за состояние лесов). Рыночная среда в сфере воспроизводства лесных ресурсов формируется как следующий этап экономических реформ.

UTOŹSAMIANIE NAZWY „KADRY” I „PERSONEL”

prof. Dr. Waldemar Stelmach,

Wyższa Szkoła Promocji w Warszawie, Polska

Dość często, w publicystyce popularno - naukowej używa się zamiennie zwrotów: kierowanie i zarządzanie kadrami, personelem, zasobami ludzkimi, potencjałem pracowniczym, kapitałem ludzkim itp. Również w opracowaniach stricte naukowych znajdujemy zamiennie używanie tych pojęć [1]. Takie ich traktowanie sugeruje jednoznacznie, że są to synonimy. Jeśli zaś tak to i

praktyki, w tym kierownicze, w stosunku do nich stosowane mogą być – i często są – jednakowe.

Wgłębiając się jednak w zagadnienie – dojdziemy do przekonania, że o tożsamości w tym przypadku mowy być nie powinno. Każde pojęcie – o ile ma swój desygnat, a większość je ma, musi mieć również odpowiadającą mu zawartość; inną treść. Jeśli zaś rzecz dotyczy większej liczby desygnatów, możemy mówić o denotacjach. Problemy związane ze zróżnicowaniem nazw to, w tym przypadku, nie tylko semantyczne rozważania. Za ich treściami kryją się określone działania międzyludzkie, stosunki między kierownictwem a podwładnymi, systemy płacowe itd. Ich reperkusją są zaś określone postawy, zachowania pracownicze, sposób bycia. Innymi słowy mogą one kształtować zakładową politykę personalną i kadrową. Ta, jak wiadomo, może w decydującym stopniu wpływać na „być, albo nie być” przedsiębiorstwa / firmy / instytucji.

Różnice i pokrewieństwa zakresu nazw

I W pierwszym rzędzie wypadają by dokonać próby dyferencjacji między pojęciami zarządzania i kierowania, choć to sprawa nietatwa i kontrowersyjna. Dlatego, że bardzo znaczna część p.t. autorów utożsamia te pojęcia, zaś inna część przydaje im swoje indywidualne znaczenie, opierając się, niepotrzebnie często, na tłumaczeniach z literatury zagranicznej; najczęściej anglojęzycznej. Polskie znaczenie tych słów i ich treści (które, mniemam, powinno być dla Polaków najważniejsze) wyłożone jest i objaśniane w wielu słownikach. Wynika z nich jednoznacznie, że „zarządzanie” utożsamiane jest z rozkazodawstwem, wydawaniem poleceń – bywa, że na piśmie – czasem „ostrych, drastycznych, surowych”; z administrowaniem, nawet dyrygowaniem, instruktazem itd. Niektóre prawne akty wykonawcze kojarzą się nam często – i słusznie - z jednoznacznym zarządzeniami.

II Można przyjąć (z pewnym niezbędnym uproszczeniem), iż tożsamymi pojęciami są: a) zasoby ludzkie, b) potencjał pracowniczy oraz c) kapitał ludzki.

ad - a) Przez zasoby rozumiemy zazwyczaj to, co jeszcze nie zostało uruchomione, bądź też nie zostało do końca wykorzystane: zasoby węgla, zasoby ropy naftowej, zasoby energii słonecznej. W przypadku zasobów pracowniczych (ludzkich) chodzi o nieuruchomione do tej pory zasoby energii fizycznej, intelektu, motywacji, zaangażowania itd.

ad - b) Potencjał (w domyśle może być: pracowniczy) – to inaczej: istniejąca możliwość. Drzemiąca energia. Na przykład możliwości rozwoju organizacyjnego, zdolności, zapalał itd. Potencjał czyli coś możliwego do uruchomienia. A zatem zbieżność między obu pojęciami (zasoby i potencjał) jest tu wyraźna. Można przyjąć, że są synonimami.

ad - c) Wyrażenie „kapitał ludzki” także nie odbiega wyraźnie znaczeniem od dwu powyższych. To po prostu majątek (człowieczy), który może przynieść zyski. A zatem powyższe pojęcia, jak widać, mają wspólne cechy.

III Personel, wg słowników i zgodnie z praktyką, to zespół, ogół pracowników. Bez wyróżnienia jego części składowych, np. kadry. Czasami tylko do personelu dajemy przymiotnik, np. pomocniczy, co nieomal automatycznie oznacza, że istnieją jacyś pracownicy kadrowi, że chcemy oddzielić jednych od drugich. A zatem

mówiąc, pisząc o personelu, o załodze przedsiębiorstwa, na zasadach logiki, zaliczamy do niego kadre. Ale nie odwrotnie!

IV Zupełnie inne znaczenie ma wyrażenie „kadry”. Z francuskiego „cadre”, po włosku „quadro” oznaczają w obu tych językach zarys, ramę. Są więc czymś, co może służyć jako baza, blejtram, ośnowa, ogranicznik lub pole określonych działań. W polskim języku „kadra” to grupa wydzielona. Kadra oficerska to część żołnierzy. Kadra kierownicza – zespół wydzielony spośród innych pracowników. Kadra narodowa (np. piłkarzy) to inaczej - najlepsi z wielu innych sportowców. Tak więc, znów na zasadach logiki, mówiąc o kadrze, nie możemy zaliczyć do niej wszystkich pozostałych pracowników; personelu. Kadra ma i inne wyróżniki.

Najczęściej należą do niej osoby z wyższym wykształceniem. Choć nie zawsze. Dlatego podkreślono wyraz 'najczęściej'. Bywało w polskiej praktyce, i po części jest nadal, że prezydent, ministrowie, biznesmeni nie mają nawet średniego wykształcenia, a nie można ich nie zaliczyć przecież do kadry kierowniczej określonej partii czy nawet państwa. Drugą cechą wyróżniającą jest sprawowanie funkcji kierowniczych. Ale tu też są wyjątki. Na przykład specjaliści – powiedzmy konstruktorzy - są bez wątpienia zaliczani do grupy „kadra”, a nie muszą sprawować żadnych funkcji kierowniczych. Kolejnym wyróżnikiem są (na ogół) wyższe apanaże i przywileje socjalno – ekonomiczne oraz miejsce w strukturze społeczno – organizacyjnej. Do zadań właściwych kadrze należy zaliczyć także funkcje kontrolne, realizowane z tytułu posiadanych stanowisk. Personel sprawować je może w procesie pracy (pomijając nadzór technologiczny) jedynie poprzez organizacje społeczno – zawodowe, a więc są one, w tym przypadku, w odróżnieniu od kadry – odpersonifikowane. Współczesne trendy w kierowaniu i zarządzaniu pokazują, że także systemy płac, czyli polityka wynagradzania tych dwóch grup, dyferencjują je. Kadra jest najczęściej oceniana i wynagradzana indywidualnie, zaś taryfikatory pracownicze podlegają uogólnionym zasadom. I w końcu ostatnie zróżnicowanie. Kadra ponosi w kierowaniu i zarządzaniu ryzyko lub bierze na siebie odpowiedzialność za podejmowanie decyzji w warunkach niepewności. personel raczej nie. [2]

Szkodliwy błąd

Utożsamianie nazwy „kadry” i „personel”, rodzi podwójny, co najmniej, błąd. Nie tylko nie rozgraniczamy dwóch grup (warstw) pracowniczych i działań w stosunku do nich prowadzonych, ale, co więcej, utożsamiamy je niesłusznie ze sobą. Implikacje tego postępowania są oczywiste; szkodliwe. Szczególnie przy rozważaniach (teoriach) naukowych. Jeśli praktycy rzeczywiście wykorzystują osiągnięcia, czy raczej opracowania naukowe konstruowane na takich zasadach jak wyżej wspomniane, to przynieść one mogą więcej strat niż korzyści. Nie jest chyba rozsądne i umotywowane stosowanie takich samych metod psychologicznych, socjologicznych, ekonomicznych; w sumie kierowniczych, w stosunku do obu omawianych grup.

Także wspomniane różnice w wykształceniu personelu i kadry powinny powodować konieczność innego doboru metod, a nade wszystko języka ko-

munikacji. Ten bowiem, przy różnicy poziomu intelektualnego, może stać się po prostu przyczyną poważnych nieporozumień. Samo piastowanie stanowiska: wykonawczego (personel) lub kierowniczego (kadra) może powodować różne zrozumienie celów, funkcjonowania oddziału, wydziału, przedsiębiorstwa, czyli inne skierowanie energii. Na inne cele. Ujednoczenie celów, kierownictwa i załogi, niezbędne dla prawidłowego funkcjonowania firmy wymaga, co zabrzmi nieco paradoksalnie (ma tu miejsce tzw. w filozofii aporia), zróżnicowania metod oddziaływania na załogę. Inną bowiem rolę i zadania do spełniania ma personel a inne kadra. Właśnie po to aby firma / przedsiębiorstwo funkcjonowały sprawnie. Taki chyba zamysł mają i mieli wszyscy twórcy zasad sprawnego kierowania i zarządzania załogami przedsiębiorstw/ firm / instytucji. Tacy jak Taylor, Kotarbiński, Adamiecki, Afanasjew, Emerson...

Dylemat końcowy

Rozkwitająca wiedza i dyferencjacja pracy wykonywanej przez człowieka będą coraz ostrzejsze, bardziej wyraziste. To znaczy, że ludzie i ich praca będą coraz bardziej zróżnicowani. Jednym będzie w coraz większym stopniu przypisywana funkcja kierowania; innym zostanie funkcja wykonawcza. Czy wobec tego kierowanie i zarządzanie nimi ma pozostać takie samo, jednokowe (przynajmniej w teorii) ?

LITERATURA

[1] Oto dwa przykłady świadomie pomijające nazwiska autorów i wydanictwa. Chodzi bowiem głównie o problem, a nie o ujmowanie zagadnienia przez poszczególne autorów.

a) „Przez funkcję personalną (utożsamianą z zarządzaniem kadrami) w przedsiębiorstwie rozumiemy wszelkie działania związane z ludźmi, zmierzające do osiągnięcia celów organizacji i zaspokojenie potrzeb pracowników.”

b) „Powyżej przedstawione zostały wybrane metody techniki ustalenia ilościowego zapotrzebowania na personel. Nie mniej ważnym, a kto wie, czy nie ważniejszym z punktu widzenia potrzeb kadrowych, jest aspekt jakościowy (kwalifikacyjny) planowania zatrudnienia.”

[2] H. Król w opracowaniu zbiorowym *Gospodarowanie pracą* (str.144. Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego) wyróżnia tylko dwa elementy różnicujące kadre i nie-kadre: poziom wykształcenia i istota pracy.

РОЛЬ ВНУТРИКОРПОРАТИВНОГО ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ В ФОРМИРОВАНИИ ОБРАЗА КОМПАНИИ

В.Л. Степанюк

*УО «Брестский государственный технический университет»,
Республика Беларусь*

Одно из определений гласит, что паблик рилейшнз (PR) - это искусство и наука достижения гармонии между компанией и общественностью посредством установления взаимопонимания, основанного на правде и полной информированности. Под общественностью понимается не только ее внешняя среда в лице клиентов, поставщиков, посредников,

СМИ, органов государственной власти и управления и т.д., но и внутренняя, т.е. сотрудники. Именно они в первую очередь создают положительный образ и репутацию компании. Потребность персонала в информации относительно компании гораздо выше, чем у любого самого заинтересованного партнера, поэтому цель внутрикорпоративного PR – это выстраивание эффективных внутренних коммуникаций между сотрудниками и развитие корпоративной культуры.

Основными **задачами** данной технологии являются: формирование корпоративной лояльности, преодоление коммуникативных разрывов и достижение взаимопонимания, демонстрация «открытости» руководства. Часто компании больший урон наносят действия нелояльного персонала, чем конкуренты и недобросовестные партнеры.

Наиболее существенными **приемами** налаживания и поддержания связей с персоналом являются:

информационные (издания корпоративных СМИ, такие как газета, брошюра, проспект, бюллетень и т.д.). Эти издания должны содержать информацию о миссии и корпоративных стандартах поведения, о целях, стратегии и достижениях компании и ее сотрудников. В них отражаются нововведения и значимые текущие события. Это могут быть репортажи о лучших сотрудниках, юбилеях, днях рождения, знакомство с новыми сотрудниками, с деятельностью специалистов, вакансии и др.;

аналитические (опрос методом фокус - группы, глубинное интервью, осуществление обратной связи). Проводя опросы в форме интервьюирования или анкетирования, можно всегда изучить сильные и слабые стороны не только самой компании, но и всех сотрудников, от которых зависит успех ее деятельности;

организационные (проведение собраний, планерок, соревнований, тренингов, празднование мероприятий «событийного характера» и т.д.). Такого рода мероприятия должны быть четко спланированы, в основе должна лежать конкретная цель. Грамотно проведенные, они дают возможность подвести итоги и рассказать о планах на будущее, заряжают сотрудников энергией, помогают преодолеть недопонимание между ними и забыть о неурядицах. В процессе их подготовки и проведения можно налаживать контакты между сотрудниками, преодолевать конфликты, привлекать новых сотрудников для более быстрой их адаптации, настраивать сотрудников на выполнение определенной задачи, например, производству нового товара или началу стратегически важного для компании проекта;

коммуникационные (выступления руководства, специалистов, проведение мероприятий типа «круглый стол» и т.д.). Если в компании преобладает неформальная коммуникация, причиной этого явления может быть дефицит официальной информации. Поэтому руководителям высшего и среднего уровня управления следует своевременно предоставлять персоналу всю необходимую для работы информацию;

развивающие (обучение, переобучение, повышение квалификации, проведение конкурсов профессионального мастерства, организация отдыха и праздников не только для персонала, но и их семей и т.д.). Все эти меро-

приятия сориентированы на создание корпоративной культуры, сплочение коллектива, улучшение социально-психологического климата, на решение рабочих проблем, результатом которых становятся конкретные решения.

Работу во внутрикорпоративном PR можно построить по следующим **направлениям**:

- изучение и анализ мнений рядовых сотрудников о деятельности компании, о руководстве и коллегах;
- разъяснение сотрудникам компании политики руководства, стратегии компании;
- проведение мероприятий, направленных на формирование лояльности сотрудников к компании;
- разработка, внедрение и контроль соблюдения корпоративных правил поведения сотрудников, прописанных в корпоративном кодексе или руководстве по корпоративной культуре;
- создание антикризисных информационных программ для сотрудников компании, представленных в информационных источниках.

Ожидаемыми результатами хорошо спланированной и реализованной PR-кампании должны быть следующие **изменения**:

- осведомленность сотрудников о стратегии и деятельности организации;
- развитие корпоративного духа, чувства приверженности своей компании;
- понимание и следование принципам и нормам поведения; минимальное сопротивление сотрудников или поддержка изменений;
- положительный образ и репутация компании.

Предложенные мероприятия позволяют руководству компании организовать внутрикорпоративный PR на надлежащем уровне. А это, несомненно, отразится на конкурентной позиции, занимаемой на рынке.

Литература.

1. Доти Д. Паблсити и паблик рилейшнз. – М.: "Филинь", 1998. – 288 с.
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности / Под ред. В.А. Алексунина. – М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2001. – 516 с.
3. Даг Н., ВанСлайк Т.Д., Дин К. Все о PR. Теория и практика паблик рилейшнз. – М.: Инфра-М, 2001. – 628 с.
4. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. – М.: «Рефлбук», К.: «Ваклер». – 2001. – 624 с.

ВЕЛИЧИНА РЕКЛАМНОГО БЮДЖЕТА И ОСНОВНЫЕ ШАГИ ПРИ ЕГО ФОРМИРОВАНИИ

Н.В. Трунина

*Белорусский государственный экономический университет,
Минск, Республика Беларусь*

Величина рекламного бюджета и способы его формирования, как правило, определяются руководством рекламодателя по рекомендации соответствующих подразделений фирмы, курирующих вопросы маркетинговой и рекламной деятельности. Здесь следует выделить ряд ша-

гов, последовательно реализуемых рекламодателем.

Первый шаг – определяется общая величина бюджета. Абсолютная величина бюджета может быть различной – на белорусском рынке рекламы от нескольких сот тысяч рублей до миллионов долларов, на мировом у крупнейших рекламодателей она составляет сотни миллионов и даже миллиарды долларов в год.

При определении величины рекламного бюджета ситуация несколько усложняется, когда в рамках единой рекламной кампании действует несколько рекламодателей, выделяющих средства на ее проведение. И взаимоотношения сорекламодателей в рамках рекламных кампаний в такой ситуации могут быть самыми различными. С точки зрения взаимоотношений рекламодателей-партнеров, все рекламные кампании можно разделить на две группы.

К первой относятся рекламные кампании с некоторой второстепенностью одних рекламодателей по сравнению с другими, а если быть точнее, то среди рекламодателей выделяется один ведущий рекламодатель и несколько его партнеров, причем это партнерство может осуществляться в разных формах.

Вторая группа рекламных кампаний характеризуется равноправием сорекламодателей. Здесь также встречается несколько вариантов. Чаще всего это совместные акции торговых домов и производителей рекламируемой продукции (обычно совместно рекламируется аудио-, видео- и бытовая техника, компьютеры и комплектующие к ним и т.д.).

Другой разновидностью равноправного участия рекламодателей является *endorsement advertising* – совместное рекламирование разных брендов разных рекламодателей в рамках одного телевизионного ролика. Здесь объединение рекламных бюджетов преследует сугубо коммерческую цель – сэкономить на размещении рекламы, помещая в одной и той же рекламной продукции дополняющие друг друга брендированные товары разных рекламодателей.

Для определения величины рекламного бюджета очень важны методы формирования рекламного бюджета. В известной степени выбор метода формирования рекламного бюджета, естественно, влияет и на объемы рекламных бюджетов. В мировой практике в странах с развитой рыночной экономикой нормальной считается величина рекламного бюджета в 3 – 5% от объема продаж. При этом следует отметить, что конкретная цифра данного показателя зависит от очень многих факторов – от отраслевой принадлежности рекламируемого товара, стадии его жизненного цикла, текущей и перспективной конъюнктуры рынка, сезонных колебаний, «раскрученности» бренда и его «рекламной истории» и т.д. и т.п.

Второй шаг – планируется распределение рекламного бюджета фирмы:

- по основным товарам или товарным группам;
- по основным средствам распространения рекламной информации;
- по отдельным регионам.

При этом, естественно, возможны самые различные пересечения

указанных вариантов распределения рекламного бюджета, например: после распределения по основным товарам следует распределение рекламного бюджета, выделенного данному товару на телевидение и прессу, а затем идет уточнение распределения средств телевизионного рекламного бюджета данного рекламируемого товара по регионам. Во многих случаях, даже имея четкое деление рекламного бюджета по конкретным товарам и товарным группам, рекламодатели при выходе на конкретные средства распространения рекламной информации вновь консолидируют свой бюджет различных товаров с целью получения дополнительных объемных скидок. Аналогично поступают и при проведении региональных рекламных кампаний – здесь также целесообразно объединить (сохранив в основном ранее определенные пропорции) бюджеты как отдельных товарных групп, так и отдельных средств распространения рекламной информации для повышения эффективности в проведении рекламных кампаний.

Третий шаг – определяется порядок расходования бюджета. В одном случае это может быть разовая акция, направленная на реализацию одной конкретной партии товара (и бюджет в данном случае, скорее всего, формировался только под нее; когда возникнет необходимость в рекламных акциях для другой партии, тогда и будет формироваться и распределяться бюджет). В другом – бюджет планируется на весь год с более или менее равномерными затратами в течение всего года разве что с поправками на сезонность (традиционно в январе и июле-августе рекламная активность большинства рекламодателей существенно снижается) – как правило, это политика очень крупных рекламодателей. В третьем – бюджет также планируется на весь год, но уже под конкретные рекламные кампании (например, две-три в год по 2 – 3 месяца каждая). Есть рекламодатели, которые заранее определяют примерный бюджет на год, но планирование бюджета осуществляется не на год вперед, а по конкретным рекламным кампаниям.

Четвертый шаг – учет бюджетов, выделяемых рекламодателем на близкие к рекламе направления деятельности (public relations, direct marketing, sales promotion и т.д.), и порядок их расходования, чтобы согласовать проведение рекламных акций и других маркетинговых мероприятий, что в ряде случаев дает дополнительный и весьма высокий эффект.

WPLYW KOSZTÓW OGRZEWANIA NA POZIOM OCHRONY CIEPLNEJ BUDYNKU

Dr inż. Adam UJMA

Politechnika Częstochowska, Polska

W polskich przepisach budowlanych szczególnie duże zmiany nastąpiły w ostatnim okresie w zakresie wymagań dotyczących izolacyjności cieplnej przegród budowlanych i racjonalizacji zużycia energii. Pojawiły się nowe wymagania odnoszące się do charakterystyki cieplnej całego budynku, wyrażone wskaźnikiem zapotrzebowania na ciepło w standardowym sezonie grzewczym. Taki kierunek zmian wymusza m.in. stały wzrost cen energii

i zakupu paliw (szacowany na ok. 3% rocznie, w okresie najbliższych lat), jak również zobowiązanie z 2003 r., adresowane przez Unię Europejską do państw członkowskich, dotyczące corocznej redukcji zużycia energii na poziomie co najmniej 1%, w okresie najbliższych 25 lat. Główny efekt tych zmian przejawia się zmniejszeniem kosztów eksploatacyjnych ogrzewania i stworzeniem dzięki temu bardziej przyjaznych człowiekowi, m.in. od strony ekonomicznej, warunków jego egzystencji. Działania te wpisują się w coraz dobitniej akcentowaną potrzebę wprowadzania zrównoważonego rozwoju cywilizacyjnego, mającego na uwadze stworzenie dla człowieka przyjaznych warunków środowiskowych i życiowych, oraz zachowanie środowiska naturalnego w stanie nienaruszonym dla przyszłych pokoleń. Istotną rolę w tym kontekście przewiduje się dla zrównoważonego budownictwa, tak w aspekcie stwarzania możliwości rozwojowych społeczeństw, jak i przyjaznego oddziaływania budownictwa na środowisko naturalne.

Aktualnie w przepisach polskich, można znaleźć kilka aktów prawnych, których zadaniem jest wymuszenie przyjmowania takich rozwiązań projektowych, aby zużycie ciepła pozostawało na stosunkowo niskim poziomie. Jest to grupa trzech podstawowych dokumentów prawnych, odnoszących się do: Prawa budowlanego, Ustawy wspierającej działania termomodernizacyjne oraz Rozporządzenia wspierającego budownictwo mieszkaniowe. W każdym z tych aktów znajdują się wymagania wyrażone dopuszczalną wartością; wskaźnika sezonowego zapotrzebowania na ciepło budynku – E_0 , kWh/(m³rok), współczynnika przenikania ciepła przegrody chłodzącej – U_{max} , W/(m²K) i oporu cieplnego przegrody chłodzącej – $R_{T min}$, m²K/W. Wymienione wskaźniki stanowią grupę parametrów techniczno-energetycznych, których zadaniem jest stymulowanie przyjmowania rozwiązań energooszczędnych, które w trakcie eksploatacji budynku powinny przekładać się na uzyskanie konkretnych, tak ekonomicznych jak i ekologicznych efektów oszczędnościowych.

Niektóre z wytycznych, które pojawiają się w ostatnim okresie starają się rozpatrywać obiekt budowlany w połączeniu z jego instalacjami grzewczymi, traktują go jako swoistego rodzaju „organizm”. Wiąże się to przede wszystkim ze znacznymi różnicami w kosztach jego ogrzewania w zależności od źródła, czy też nośnika energii. Dwa rodzaje wytycznych, prezentujących podejście, które można zaliczyć do metod optymalizujących rozwiązanie projektowe, znajdują się w Ustawie termomodernizacyjnej, oraz Instrukcji ITB 334/2002. Zawierają one zestaw, jedna wymagań, druga, zaleceń, które można określić, jako wymagania – zalecenia, techniczno-ekonomiczne, stawiane ochronie cieplnej budynków.

W Ustawie termomodernizacyjnej wymaga się wykonania audytu energetycznego, modernizacji obiektu, poprzez dobór optymalnych rozwiązań konstrukcyjnych poszczególnych przegród chłodzących i optymalnych rozwiązań instalacyjnych, które łącznie spowodują uzyskanie największego efektu oszczędnościowego, w kosztach ogrzewania. Z kolei w Instrukcji ITB 334/2002

zaleca się poszukiwanie optymalnej grubości ocieplenia przegrody chłodzącej, która przy danych kosztach wykonania prac i kosztach uzyskania energii, da największe oszczędności finansowe, na zmniejszeniu strat ciepła przez daną przegrodę. Pierwsze podejście jest podejściem bardziej kompleksowym, ponieważ odnosi się do całego budynku, drugie szczegółowe - odnosi się tylko do jednego z elementów mających wpływ na koszty ogrzewania obiektu.

Z analizy tych metodyk nasuwają się następujące wnioski:

1. Działania w obiekcie budowlanym zmierzające do uzyskania optymalnych parametrów energetycznych i efektów ekonomicznych powinny ściślej uwzględniać, tak strukturę budowlaną, jak i instalacyjną obiektu. Najkorzystniejszy efekt można osiągnąć tylko w przypadku kompleksowego rozpatrywania wariantów inwestycyjnych struktury budowlanej i instalacyjnej.
2. W analizach kosztów realizacji i efektów modernizacji, należy uwzględniać nie tylko obniżenie kosztów związanych ze stratami ciepła, ale również zmianę stawek opłat, skrócenie sezonu grzewczego, zmniejszenie opłat za zanieczyszczenie środowiska i in.
3. Metody poszukiwania optymalnych rozwiązań konstrukcyjnych, bazujące na kryterium NPV, powinny być szczególnie zalecane do wykorzystywania w analizach optymalizacyjnych, gdyż kryterium SPBT może fałszować rzeczywisty okres zwrotu nakładów.
4. Z obliczeń optymalnej grubości izolacji cieplnej, przy uwzględnieniu, zmieniającej się liczby lat użytkowania i kosztów jednostki ciepła wynika, że koszty ciepła mają dużo większy wpływ na ostateczny wynik, niż przyjęta liczba lat użytkowania przegrody izolacyjnej.
5. Zastosowanie materiałów izolacyjnych o tym samym współczynniku przewodzenia ciepła λ , ale różnych kosztach 1m^3 tych materiałów wymusza dla materiału droższego przyjęcia większej grubości warstwy ociepleniowej.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ТЕРМИЧЕСКОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ В ЖИЛИЩНОМ СЕКТОРЕ ПОЛЬШИ

Адам Уйма

Ченстоховский Политехнический институт, Республика Польша

Некоторые работы по термической модернизации выполняются в Польше согласно Уставу о стимулировании действий по термической модернизации в жилых и некоторых общественных зданиях. Закон требует проведения поиска наиболее эффективных инвестиционных решений термомодернизации на основании экономического обоснования. Главная его задача - это финансовое стимулирование модернизации: внешних преград зданий, внутренних систем теплоснабжения и вентиляции, источников тепла и теплосетей, снабжающих теплом упомянутые выше здания, замена традиционных источников тепла нетрадиционными возобновляемыми. Согласно уставу, льготный кредит может быть предоставлен на срок до 10 лет на сумму до 80% стоимости инвестиций. Снижение потребления тепла (в случае термомодернизации зданий) долж-

но составить минимум 25% от прежнего потребления, а инвестор, выполнив все требования, получает от государства премию в размере 25% от величины кредита. Средства для премий собраны в Фонде Термической Модернизации.

Возможные разные отдельные действия по термической модернизации жилых зданий: утепление наружных стен и перекрытий, применение автоматической системы управления отоплением и топлива высшей калорийности и другие. Возможное снижение потребления тепла и оплаты за нее может превысит 300% [1]. Сроки окупаемости по отдельным действиям колеблются в большом диапазоне, от одного до нескольких десятков лет, а при совмещении сразу нескольких из них общий срок окупаемости не превышает обычно 10-12 лет. На эти величины влияют технические параметры и состояние строительных частей и инженерных систем здания. Как правило, модернизация инженерного оборудования зданий характеризуется более короткими сроками окупаемости, чем модернизация строительных элементов. Но так как энергетическая модернизация должна проводиться с учетом принципа комплексности, охватывая строительную часть и инженерные системы здания, то срок окупаемости инвестиций для всего здания будет ниже срока окупаемости строительных элементов здания [2].

Таблица 1. Процент заявок по видам модернизируемых объектов

Виды модернизируемых объектов	Процент заявок, %
Односемейные дома	16,00
Многоквартирные здания	66,49
Местные источники тепла	2,31
Теплотрассы	0,65
Общественные здания	13,14
Здания общего проживания	1,30
Другие	0,11

По данным Банка Национального Хозяйства (BGK), куда попадают все заявки на получение кредита по термической модернизации, с 1999 г. до сентября 2004 г. их было 3 068, при чем только 1 215 с 01.01. по 30.09.2004. Одобренных было 2 393 заявки, с планируемой стоимостью мероприятий 576,9 млн зл. пол. (ок. 140 млн евро), в том на сумму 393,0 млн зл. пол. предполагается взять ссуду. Инвесторы получили премии в размере 98,3 млн зл. пол. (ок. 24 млн евро). Больше всего заявок поступило от владельцев многоквартирных и односемейных зданий. (таб. 1) [3]. В последнее время значительно выросла сумма признанных и выплаченных премий, что свидетельствует все большей заинтересованности инвесторов мероприятиями по термической модернизации и возможной помощи их деятельности благодаря Фонду Термической Модернизации. Этот результат связан не только с ростом цен, а также с фактом увеличения с 7 до 10 лет срока отдачи кредита и значительным понижением процентных ставок на кредит (с 12% приблизительно до

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;

- происходит существенное ограничение сферы функционирования рыночного института антикризисных управляющих. Результатом становится отказ антикризисных управляющих от ведения предлагаемых дел;
- проблема неплатежей и структурной перестройки экономики практически заморожены. Так, несмотря на снижение просроченной кредиторской задолженности по сравнению с началом года на 4,7%, 58,5% от общего числа организаций имели просроченную кредиторскую задолженность, а 84,9% из них – задолженность свыше трех месяцев, то есть были устойчиво неплатежеспособными [1];
- предполагаемый рост напряженности в социальной сфере и в области государственного бюджета не проявился (снизился уровень безработицы, повысились доходы населения, бюджет исполняется с профицитом). Но при улучшении финансового состояния предприятий задолженность по платежам в бюджет возросла по сравнению с началом года на 14,2%. [1] И в силу отмеченных выше фактов такое благополучное положение в социальной сфере нельзя считать стабильным.

При отмеченных проблемах, возникающих в результате изменений механизма функционирования института банкротства, Постановление Совета Министров от 20.02.2003 г. №213 и Указ Президента от 12.11.2003 г. №508 не стали единственными нововведениями. Конечно, совершенствование законодательства в данной области, самого института банкротства необходимо. Но оно не должно снижать роль этого института как рыночного регулятора, значительно сужать круг организаций, относимых к банкротам и требующих применения инструментов внешне-антикризисного управления. Ведь такой подход искажает истинную ситуацию, сложившуюся в экономике, и не приведет к реальному улучшению состояния кризисных предприятий.

Можно сказать, что вносимые изменения направлены на защиту интересов государства и трудовых коллективов, предотвращение ложных, заказных банкротств. Но предшествующая судебная практика не выявила значительного их числа. А требование со стороны руководства уменьшить количество убыточных предприятий не соответствует сущности института банкротства.

Белорусская модель направлена, в первую очередь, на санацию, спасение кризисных предприятий. Поэтому административное занижение их числа и усложнение применения процедуры банкротства не имеют большого смысла. И даже тот факт, что в результате антикризисных мероприятий восстанавливают свою платежеспособность лишь 2-3% предприятий, не позволяет говорить о ненужности института банкротства или существенно ограничивать этот рыночный механизм. Ведь ликвидация недееспособного предприятия вовсе не означает его ликвидацию как имущественно-хозяйственного комплекса. При этом процедура ликвидации в деле о банкротстве зачастую позволяет решить многие социальные вопросы должника, защитить интересы кредитора, перераспределить ресурсы, имущест-

во в пользу более эффективного собственника. Так, по данным Всемирного Банка, данная процедура позволяет вернуть порядка 90 центов с одного доллара при возмещении долгов с ликвидируемого предприятия в странах с развитым институтом банкротства (Япония, Сингапур, Финляндия), против 11,9 центов в Республике Беларусь. Это позволяет заниматься реализацией новых бизнес-проектов при накоплении долгов и упущенной прибыли в РБ, где время прохождения через процедуру банкротства составляет 5,8 лет против 0,4 года в Ирландии.

В заключение следует отметить, что решить проблему неплатежей, кризисных предприятий, структурной перестройки экономики и повышения эффективности ее функционирования можно путем проведения рациональной макроэкономической политики, упрощения процедуры банкротства и полной реализации существующих возможностей института банкротства (с учетом изменений, отвечающих требованиям времени).

Литература:

1. Банкротство в Республике Беларусь – <http://www.kay.by>
2. Высший Хозяйственный Суд Республики Беларусь – <http://www.court.by>

РАСЧЕТ ИТОГОВОГО ПОКАЗАТЕЛЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВУЗА ПРИ ПРОВЕДЕНИИ КОМПЛЕКСНОЙ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Н.Е. Шумко

БФ ЧУО «ИСЗ им. Широкова», Брест, Республика Беларусь

Всякое развитие фирмы (в нашем случае ВУЗа), представляет собой результат воздействия ряда факторов. В настоящее время весьма необходима всеобъемлющая классификация факторов эффективности образования, учитывающая выделение как обобщающих, так и частных показателей.

Любое управление начинается с оценки достигнутого состояния и динамики развития того или иного процесса. Повышение уровня обоснованности управления требует разработки методики оценки хозяйственной деятельности ВУЗа и отдельных показателей.

Проведение оценки конкурентоспособности преследует цель: определить положение ВУЗа на рынке образовательных услуг. Совершенно очевидно, что достижение этой цели возможно лишь при наличии оперативной, объективной, комплексной методики оценки конкурентоспособности ВУЗа.

Комплексная оценка конкурентоспособности ВУЗа представляет собой его характеристику, полученную в результате комплексного исследования, т.е. одновременного и согласованного изучения совокупности показателей, отражающих все (или) многие аспекты хозяйственных процессов, и содержащую обобщающие выводы о результатах деятельности ВУЗа на основе выявленных качественных и количественных отличий от других аналогичных объектов или других возможных вариантов развития.

Одно из обязательных условий для объективной оценки конкурентоспособности ВУЗов – их информированность о рынке, возможностях и поведении конкурентов, нововведениях и о многих других характеристиках, позволяющих иметь полное представление о внешней среде, тенденциях ее развития в текущий момент и в перспективе. Только при таком условии ВУЗ может гарантированно от неприятных неожиданностей и осознанно формировать и осуществлять свою деятельность, умело противостоять своим конкурентам.

Основным ограничением в достижении цели исследования является то, что комплексную оценку конкурентоспособности можно рассчитать только для тех ВУЗов, которые широко и открыто публикуют свою отчетную информацию.

Предлагаемая методика рейтинговой оценки базируется на комплексном, многомерном подходе к оценке такого сложного явления, как конкурентоспособность вуза. Данная методика является сравнительной, поскольку учитывает реальные достижения всех конкурентов.

Оценка конкурентоспособности вуза относится к типу поликритериальных, поскольку объект оценивается одновременно с использованием нескольких критериев: материально-технической обеспеченности вуза, интеллектуального потенциала вуза, финансового состояния вуза, нетоварные факторы конкурентоспособности.

Для оценки совокупного влияния вышеизложенных факторов на уровень конкурентоспособности вуза строятся многоугольники конкурентоспособности (см. рис.):



Рис. Многоугольник конкурентоспособности ВУЗа

Уровень конкурентоспособности вуза считается тем выше, чем больше площадь многоугольника конкурентоспособности. Таким образом, расчет интегрального показателя конкурентоспособности вуза рассчитывается по следующей формуле:

$$K_{\text{вуза}} = S_{\text{мин}} = \sum_{i=1}^{12} S_{\Delta i} = \sum_{i=1}^{12} \frac{x_i \cdot x_{i+1} \cdot \sin 30^\circ}{2} = \frac{1}{2} \cdot \sum_{i=1}^{12} \left(x_i \cdot x_{i+1} \cdot \frac{1}{2} \right) = \frac{1}{4} \cdot \sum_{i=1}^{12} (x_i \cdot x_{i+1}) \quad (1)$$

При практическом использовании методики площадь многоугольников рассчитывается с помощью программы VBA.

Таким образом, использование комплексной оценки конкурентоспособности вуза позволяет разработать мероприятия по повышению уровня конкурентоспособности вуза на рынке образовательных услуг, а также составить программы оказания новых видов услуг, выбор наиболее востребованных.

ЛИТЕРАТУРА

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.

2. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. – 2-е издание, переработанное и дополненное. – М.: Издательство «Финпресс», 2000. – 464с.

МАРКЕТИНГ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

И.С. Шумских

БГЭУ, г. Минск, Республика Беларусь

В условиях рыночных преобразований в экономике Республики Беларусь произошли существенные изменения во всех отраслях народного хозяйства. Ускорение экономического развития государства оказалось невозможным без развития предпринимательства в сфере малого бизнеса. Опыт передовых зарубежных стран свидетельствует о том, что развитие малого бизнеса в этих странах является важным фактором эффективности экономики.

Эффективного развития малого бизнеса можно достичь, если на должном уровне реализовать маркетинг, что позволит учесть множество факторов, влияющих на принятие обоснованных управленческих решений. При этом функции маркетинга, реализуемые относительно производства и продвижения продукции малыми предприятиями, могут быть осуществлены при полной интеграции маркетинга на предприятиях малого бизнеса.

Существующие законодательные акты не оказывают существенного влияния на развитие малого бизнеса. При этом одной из причин тормозящих развитие малого предпринимательства, является недостаточная государственная поддержка, как на макроуровне, так и на региональном и местном уровнях. Отсутствуют льготные условия финансирования малого бизнеса, обеспечение малых предприятий современной техникой и др.

Важным является и то, чтобы органы местного самоуправления оказывали необходимую помощь вновь создаваемым малым предприятиям в приобретении требуемого им технологического оборудования, в получении производственных и складских помещений.

Мировой опыт свидетельствует о том, что около 50% всех нововведений создано на малых предприятиях. Из 61 крупного открытия XX ве-

ка приходится на малые и средние фирмы. Малые предприятия впервые разработали и внедрили крекинг нефти, персональный компьютер и др.

В расчете на 1 доллар на малые предприятия приходится в 4 раза больше новинок, чем на средние и в 24 раза больше, чем на крупные корпорации. На одного сотрудника малого предприятия приходится в 2,5 раза больше инноваций, чем на работника крупного предприятия.

Возможность эффективного функционирования малых форм производства определяется рядом их преимуществ по сравнению с крупным производством: близость к местным рынкам и приспособление к запросам клиентуры; производство малыми партиями, что невыгодно крупным фирмам и т.д. Малому производству способствует дифференциация и индивидуализация спроса в сфере производственного и личного потребления.

Для обеспечения эффективного функционирования малого предпринимательства, как в настоящее время, так и в перспективе, чрезвычайно важным являются вопросы, связанные с формированием источников и методов финансирования малого предпринимательства. К ним можно отнести собственные финансовые ресурсы малых предприятий, заемные средства инвесторов, привлеченные финансовые средства инвесторов, денежные средства объединений, предприятий и организаций (финансово-промышленных групп, союзов, обществ взаимного кредитования и др.), инвестиционные ассигнования из государственного бюджета, местных бюджетов и соответствующих внебюджетных фондов и иностранные инвестиции.

МЕНЕДЖЕРСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАНАХ

Э. Щепаник

Высшая менеджерская школа SIG 2. Варшава, Польша

Менеджеры стран западной Европы в большинстве функционируют в обучающихся (интеллигентных) организациях. По Сенге П., "Обучающаяся организация - это организация, которая может расширять возможности построения своего будущего" (P. Senge; 1998:26). На процесс обучения в этих организациях обращается большое внимание. Термин обучение следует понимать как процесс усвоения знаний, умений и навыков (Энциклопедия Польшна, 1974.), который выполняется многосторонним познавательным, мотивационным воздействием на учащихся (B. Niemierko; 1999.).

На направления в обучении менеджеров влияют внешние факторы, такие как процесс глобализации и быстро меняющееся окружение.

Система обучения менеджеров, независимо от внешних факторов, обусловлена дидактической ситуацией, которую надо понимать как взаимодействие преподавателей, студентов, содержания обучения, дидактического оснащения и организации обучения.

Процесс планирования обучения и образования менеджеров дискутируется много лет не только в Польше, но и в других странах. (A. Sulejewicz, 1994; B. Wawrzyniak, 1995). Независимо от высказанных мнений, в общем, принимается, что в этом процессе принимают участие три заинтересованные группы: профессора, студенты и практикующие менеджеры.

В таких странах, как Германия, Голландия, Франция, в процессе передачи знаний важную, а может даже самую важную роль в обучении менеджеров, играют профессиональные высшие экономические заведения, где довольно часто преподавателями являются практики, во многих случаях не имеющие научных степеней, которым присваивается профессиональная степень профессора. Это люди с большим практическим и дидактическим опытом, имеющие практические и дидактические результаты, знаменитые знатоки экономической и менеджерской проблематики, которые, работая в предприятиях, имеют связь с вузами.

В ВУЗы они приходят из специализированных обучающих заведений, исследовательских институтов, консультационных фирм и научной среды. Студенты очень высоко их оценивают, потому что они вносят много нового в процесс обучения, передают новейшие менеджерские знания, часто опережая, в области новых толкований и решений, академических преподавателей.

В настоящее время, в результате очень быстрого развития цивилизации, изменилась со многими поколениями традиция и роль мастера - учителя, что вытекает из возникающих специализаций в разных областях науки, а также обучения. Сегодня уже известно, что человек, обладающий лучшими знаниями - но по одной отрасли - не в состоянии подготовить молодого человека к профессиональной и общественной жизни. (T. Borkowski; 2001.).

Следует заметить, что профессора, готовящие студентов к новой появляющейся профессии менеджера, сами совсем не обязательно должны быть хорошими менеджерами. Такое явление касается многих отраслей. Однако с точки зрения дидактики важным является то, чтобы преподаватели на менеджерских факультетах, кроме теоретических, имели и практические знания. Такие знания студентам дают преподаватели-менеджеры. Их знания используются также во взаимодействии с вузами при составлении планов и программ обучения и уточнения требований к профессии менеджера.

Рассматривая третьего *interesariusza* (группа людей, которая влияет на формирование менеджера) - студента, его следует воспринимать как студента-клиента, который является товаром, продуктом вуза. Это, в конце концов, он осваивает знания, готовится к профессии и хочет добиться успеха, но он ещё неуверенный и не знает, в какой степени его знания влияют на успех, счастье, карьеру.

Следует согласиться с выводом Борковского Т.: "...Никто не знает, какими являются идеальные знания, обеспечивающие успех в управлении. Не имеет их профессор, так как имеет те или иные недостатки, ка-

сающиеся практики. Не в лучшей ситуации находится и практик, который конечно может формулировать требования нужного объема необходимости к успеху знаний, но сам успех данного менеджера не является аргументом, поскольку мы не знаем, не увеличат ли эффективности управления другие добавочные теоретические знания. А у студентов нет никаких оснований, чтобы решать, каким образом лучше всего готовиться к их профессии. (Т. Borkowski i inni; 2001:26)".

Менеджерские знания всё время проходят эволюцию, так как изменяются профессии. Одни исчезают, а другие возникают. Менеджеры исполняют в организациях разные роли и потому их знания очень разные.

В менеджерских знаниях можно выделить технические элементы (бухгалтерию, финансы, экономию, логистику и другие), а также гуманитарные, относящиеся к людям (психологию, социологию, этику бизнеса, и т. д.). Относительно легко можно заметить, что чем больше организация и чем больше расстояние в организационной структуре между данным менеджером и работниками, тем меньше ему нужно гуманитарных квалификаций, а больше технических (специальных), и наоборот - чем меньше группа, возглавляемая данным лицом, тем большую роль начинают играть гуманитарные знания (Т. Borkowski i inni; 2001:27).

Анализируя проблематику менеджерского обучения в некоторых странах Европы, а также вне европейских стран, целесообразно показать, хотя бы в краткой форме тенденции направлений обучения менеджеров. Это позволит сравнить сходства обучения менеджеров и осознать их различия, для того чтобы выбрать наиболее эффективную систему обучения менеджеров.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ РАЦИОНАЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИОННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПАРАМЕТРОВ СТРОИТЕЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА В МОНОЛИТНОМ ДОМОСТРОЕНИИ

С.М. Яровенко

Московский государственный строительный университет, Россия

Одной из важнейших составляющих вопроса повышения эффективности организации строительства в монолитном домостроении является оценка влияния на строительное производство факторов организационно-технологического характера. Специфические особенности строительства объектов монолитного домостроения оказывают существенное влияние на принятие организационно-технологических решений по производству строительных работ, что вызывает необходимость специальной проработки этого вопроса в ПОС и ППР.

В результате исследования деятельности предприятий монолитного домостроения Московского региона определены следующие важнейшие факторы, влияющие на организационно-технологические решения строительных процессов, применяемых в монолитном домостроении:

- объём монолитного железобетона в здании X_1 ,

- число этажей в здании X_2 ,
- особенности конструктивных решений X_3 ,
- доля монолитных конструкций, возводимых с применением индивидуальной опалубки X_4 ,
- условия стесненности на строительной площадке X_5 ,
- влияние погодноклиматических условий X_6 ,
- комплектация опалубочными системами X_7 ,
- уровень использования строительных машин и механизмов X_8 ,
- степень специализации строительных процессов X_9 ,
- комплектация трудовыми ресурсами X_{10} .

Данные факторы можно условно разделить на вариантные и стабильные. Факторы $X_1 - X_5$ относятся к стабильным (неуправляемым) показателям, которые не могут быть управляемыми на уровне строительной подрядной организации. Значения неуправляемых показателей определяются конструктивными данными проекта и условиями строительства. Факторы $X_6 - X_{10}$ являются вариантными, то есть управляемыми строительной организацией.

Для количественной оценки факторов определяются оценочные показатели и коэффициенты, характеризующие данные факторы.

В качестве наиболее обобщающего критерия эффективности оценки организационно-технологических факторов принимается минимизация удельной себестоимости выполнения СМР. Величина удельной себестоимости выполнения строительномонтажных работ определяется эффективностью использования средств и предметов труда, что достигается применением оптимальных организационно-технологических решений в строительном производстве. Уменьшение себестоимости означает улучшение использования трудовых ресурсов и производственных мощностей.

Факторы могут влиять на строительное производство изолированно или во взаимодействии. Рассчитанные уравнения зависимости удельной себестоимости выполнения монолитных работ от факторов, влияющих на организационно-технологические решения строительных процессов, позволяют управлять показателями, характеризующими данные факторы, для определения рациональных вариантов организационно-технологических решений.

Совокупное влияние всех факторов на критерий эффективности строительного производства можно определить, используя многофакторные экономикоматематические модели. На основе имеющихся информационных статистических данных по показателям, характеризующим деятельность строительных предприятий при возведении объектов (жилых зданий) с несущим каркасом из монолитного железобетона была рассчитана многофакторная регрессионная модель, которая имеет следующий вид:

$$S = 6437,38 - 0,04 \cdot X_1 + 22,62 \cdot X_2 - 128,18 \cdot X_3 + 22790,75 \cdot X_4 + 0,12 \cdot X_5 - 1919,35 \cdot X_6 - 1054,83 \cdot X_7 - 29,36 \cdot X_8 - 1855,27 \cdot X_9 + 4910,3 \cdot X_{10},$$

где: S – критерий оценивания факторов;

X_1, X_2, \dots, X_n – показатели, характеризующие факторы организационно-технологического характера.

Задачу выбора рациональных организационно-технологических вариантов и определение границ их эффективного использования можно упростить, применяя графоаналитический метод.

Для этой цели целесообразно использовать интегральный график однофакторных зависимостей, определяющий зоны эффективных значений показателей, характеризующих факторы наибольшего влияния.

Использование графика позволяет значительно сократить множество возможных вариантов, так как становится возможным выбирать для анализа такие значения показателей, характеризующих факторы наибольшего влияния, при которых их комплексное влияние на показатель, характеризующий критерий эффективности, принимает наиболее рациональные значения. При этом значительно упрощается и ускоряется процесс вычисления оптимальных решений, определяемых в целевых функциях экономико-математической модели.

BADANIA NAD ZWIĘKSZANIEM PRODUKTYWNOŚCI WYBRANEGO PRZEDSIĘBIORSTWA W OPARCU O SYSTEM KANBAN

A. Kawalek, H. Dyja, R. Dobrakowski

Politechnika Częstochowska, Częstochowa, Polska

1. Wprowadzenie

Przedsiębiorstwa, które funkcjonują w ramach gospodarki rynkowej, żeby przetrwać i osiągnąć sukces zmuszone są do poszukiwania nowych rozwiązań zapewniających im skuteczność, efektywność, sprawność i konkurencyjność. Klient domaga się szybkiej i terminowej realizacji zamówienia oraz wyrobów i usług najwyższej jakości, po jak najniższych cenach. Firmy walcząc o utrzymanie się na rynku muszą stawić na pierwszym miejscu wymagania klienta. Nie można tego pogodzić z utrzymaniem sztywnych linii produkcyjnych.

Firma aby pozyskać i utrzymać klienta musi mieć elastyczny system produkcyjny. W pracy przedstawiono wyniki wdrożenia metody sterowania produkcją KANBAN, na przykładzie wybranego przedsiębiorstwa produkcyjnego.

2. Charakterystyka systemu sterowania produkcją KANBAN

KANBAN to opracowana w latach pięćdziesiątych w Japonii metoda sterowania produkcją. Metoda ta opiera się na poszczególnych kartach wyrobów ich cyrkulacji i analizie. Polega na takim organizowaniu procesu wytwórczego, aby każda komórka organizacyjna produkowała dokładnie tyle, ile w danej chwili jest potrzebne.

Charakterystyczną cechą tej metody jest likwidacja magazynów przedprodukcyjnych, międzyoperacyjnych i wyrobów gotowych. Materiały i półfabrykaty dostarczane są od dostawców z godzinową dokładnością. Dzięki rezerwom zdolności produkcyjnych i elastyczności procesu produkcji możliwe jest wyprodukowanie dowolnego elementu w każdej chwili, a zlecenia produkcyjne są ściśle zsynchronizowane z zamówieniami otrzymywanymi od klientów [1, 2].

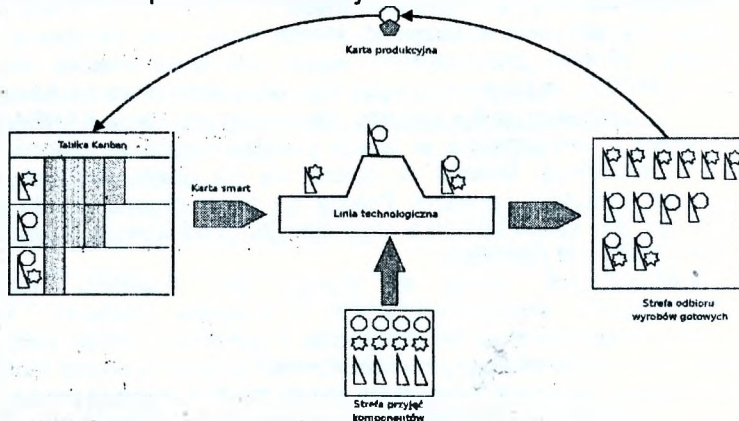
System KANBAN jest więc samoregulującym się, sterowanym zdarzeniami, narzędziem sterowania produkcją. W systemie tym produkcja

odbywa się bez „większych zapasów”, zlecenia produkcyjne są ściśle zsynchronizowane z zamówieniami klientów (eliminuje to konieczność posiadania magazynów międzyoperacyjnych i magazynów wyrobów gotowych). System sterowania przepływem materiałów wykorzystuje specjalny rodzaj dokumentu, tzw. kartę KANBAN, która jest wykorzystywana na potrzeby przemieszczania się materiałów podczas procesu produkcji. Wyróżnić można karty typu „zamówienie”, „produkcja”, „zadawanie”. Odpowiadają one potrzebom zamówienia materiałów, potrzebie dostarczenia materiałów do produkcji i przekazywaniu informacji do obsługi transportu, oraz na potrzeby przemieszczenia wyrobów gotowych z produkcji do sprzedaży.

Karty KANBAN wypełnia się w następującej kolejności:

1. na wydziale produkcji w oparciu o dane nt. prognozowanego popytu na dany element wypełnia się planistyczną część karty KANBAN,
2. następnie sporządza się odpowiednie zlecenie produkcyjne dotyczące partii elementów; określa wykonawców i przydziela zasoby niezbędne do wykonania zadania wypełniając kolejną część karty,
3. po zakończeniu produkcji i odbiorze jakościowym partii, wykonawca oddziela od karty jedną część i przekazuje ją planiście jako dowód wykonania zlecenia. Pozostałe dwie części karty zostają umieszczone w pojemniku z gotowymi elementami, który zostaje przetransportowany na wydział z którego pochodzą zamówienia,
4. w momencie gdy pracownik zaczyna używać dostarczonego elementu, odrywa drugą część karty KANBAN i przekazuje ją dyspozytorowi wydziałowemu produkcji. Dyspozytor jest informowany, że nowy zapas jest już wykorzystywany,
5. gdy zapas elementu się wyczerpie, pracownik przekazuje dyspozytorowi trzecią część karty KANBAN.

Innym elementem sterowania przepływem produkcji wykorzystywanym w systemie jest tablica KANBAN, która jest niezbędna do sterowania uruchamianiem produkcji kolejnych partii wyrobów. Przykładowy plan przepływów w systemie KANBAN przedstawiono na rys. 1.



Rys. 1. Plan przepływów w systemie KANBAN

Metoda sterowania produkcją KANBAN nie pozbawiona jest jednak pewnych wad. Zakłada się w niej, że:

- produkcja wyrobów odbywa się w partiach o stałej wielkości, odpowiadających pojemności standardowego pojemnika transportowego danego elementu,
- produkcję wyrobów jest bez wybraków co wymaga całkowitego zaangażowania wszystkich pracowników w proces produkcyjny. Takie założenie może stwarzać duże problemy [3].

3. Badania własne

W wybranym przedsiębiorstwie podjęto działania reorganizacji procesów planowania i realizacji produkcji, których celem było zwiększenie produktywności i elastyczności linii technologicznych jak również eliminacja zbędnych zapasów międzyoperacyjnych.

Wdrażanie systemu rozpoczęto od rozpoznania istniejącego dotychczas systemu gospodarki materiałowej i magazynowej oraz stosowanych metod planowania produkcji. Na podstawie uzyskanych informacji zaplanowano karty KANBAN uwzględniające specyfikę procesów produkcyjnych stosowanych w analizowanym przedsiębiorstwie. Przeprowadzono szkolenie personelu w zakresie podstaw i stosowania systemu. Następnie wdrożono system. Po zakończeniu wdrożenia dokonano weryfikacji założeń opracowanych w projekcie systemu KANBAN.

4. Wnioski końcowe

Wdrożenie systemu sterowania KANBAN w wybranym przedsiębiorstwie produkcyjnym przyczyniło się do:

1. zmniejszenia kosztów produkcji o 30%,
2. zmniejszenia stanu zapasów do 50%,
3. zmniejszeniu ilości awarii o 90%,
4. zmniejszenia reklamacji klientów o 70%,
5. poprawy stabilności procesów produkcji.

Uruchomienie systemu w wybranym przedsiębiorstwie doprowadziło do znacznego zmniejszenia zapasów międzyoperacyjnych oraz pozwoliło na wyeliminowanie błędów popełnianych podczas montażu wyrobów.

Literatura:

1. Durlik I., „Inżynieria zarządzania. Strategia i projektowanie systemów produkcyjnych”, cz. 1 i 2, Agencja Wydawnicza Placet, Warszawa 1996,
2. Wojtasik P., Systemy sterowania produkcją, Kanban, Warszawa 2000,
3. Lis S., Vademecum produktywności, Agencja Wydawnicza – Poligraficzna PLACET, 1999.

РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БЕЛОРУССКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

А.Ф. Бадюков, Т.В. Яцкевич,

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

На современном этапе развития инновационная деятельность выступает важным элементом повышения конкурентоспособности как предприятий, так регионов и стран в целом. Мировой опыт второй половины XX века подтвердил, что уровень развития и динамизм инновационной сферы

– науки, новых технологий, наукоемких отраслей и компаний – создает современную основу устойчивого экономического роста (так в промышленно-развитых странах научно-технический прогресс и инновационная деятельность обеспечивает порядка 90% прироста ВВП).

До недавнего времени решающую роль в определении уровня конкурентоспособности играли два фактора – качество продукции и эффективность производства. Теперь к ним добавляется третий фактор – инновационная деятельность – позволяющая путем использования новейших технологий выпускать новую или усовершенствованную продукцию, обеспечивающую удовлетворение запросов потребителей как на отечественном, так и зарубежном рынке. В этой связи в экономической политике развитых стран и стран с переходной экономикой проблемы инновационного развития предприятия целесообразно рассматривать с позиции его конкурентоспособности.

Проблема конкурентоспособности белорусских предприятий обнаружилась еще в 90-е гг. прошлого столетия в период становления рыночных отношений и либерализации внешнеэкономической сферы на всем постсоветском пространстве. Отсутствие конкурентной среды при плановой экономике привело к формированию низкого уровня инновационной восприимчивости у отечественных субъектов хозяйствования. Вот почему в недавнем прошлом был выбран инновационный путь развития экономики Республики Беларусь, направленный на активизацию инновационной сферы, который призван повысить конкурентоспособность белорусских тоwarzопроизводителей на местном и мировом рынке.

Развитие инновационной деятельности в республике должно способствовать наращиванию объема экспортных поставок наукоемкой продукции отечественными производителями. Однако в 2002 году доля белорусского экспорта высоконаукоемкой продукции в общем объеме экспорта составила всего 3,7%, средневысоконаукоемкой – 21,7%. В общем объеме импорта доля этих товаров составила соответственно 4,2% и 13,8%. При этом на рынках стран вне СНГ торговля продукцией высокой и средневысокой наукоемкости имеет отрицательное сальдо, что позволяет судить о недостаточной конкурентоспособности наукоемких белорусских товаров [1].

Среди причин низкого уровня конкурентоспособности белорусского экспорта можно выделить использование устаревших технологий и оборудования. Так, более половины определяющих технологий, используемых в республике, были разработаны еще до 1985 г., и только 19% в период после 1995 г. Положение на предприятиях усугубляется также высокой степенью износа основных фондов – в 2002 г. уровень износа промышленно-производственных фондов в республике был зафиксирован на уровне 62,4%. Таким образом, для повышения конкурентоспособности белорусских производителей необходимо большее внимание уделять внедрению процессных инноваций, предполагающих применение

нового производственного оборудования и новых методов организации производственного процесса.

Осуществление инновационной деятельности требует значительных финансовых вложений как на стадии поиска и разработок новых идей, так и их реализации. По данным Минстата среди основных факторов, препятствующих инновационным процессам на промышленных предприятиях, самым весомым выступает недостаток денежных средств [2]. Ситуация в инновационной сфере республике усугубляется также и тем, что за последнее десятилетие резко сократилось государственное финансирование научных исследований и разработок, в результате чего доля затрат на науку в 2003 г. составила 0,71%, что почти втрое меньше показателя 1990 года.

Для решения проблемы финансирования нововведений на предприятиях необходимо обратиться к реализации следующих направлений: развитие венчурного финансирования инновационной сферы, способствующего привлечению инвестиций в новые, растущие инновационно-активные предприятия; развитие многоканального финансирования инновационной деятельности, предполагающего участие ресурсов местных органов управления, коммерческих банков, иностранных источников; привлечение иностранных инвестиций в инновационную сферу республики, используя потенциальные возможности свободных экономических зон как фактора повышения инновационной восприимчивости.

В целом, для Республики Беларусь стимулирование и активизация инновационной деятельности на микроуровне выступает ключевым фактором повышения конкурентоспособности как выпускаемой продукции, так и самих предприятий, а также основным средством повышения эффективности производства и улучшения качества производимых товаров и услуг.

Литература

1. Развитие науки Беларуси в 2002 г. (Аналитический доклад) / Иванов В.Ф., Артюхин М.И. и др. - Мн.: БелИСА, 2003.-178 с.
2. Статистический ежегодник Республики Беларусь 2003.- Мн.: Мин-во статистики и анализа РБ , 2003. – 606 с.

STRATEGIA KAPITAŁOWA FIRMY

Stefania Ginalska,

Politechnika Częstochowska, Częstochowa, Polska

Streszczenie

Na kapitał całkowity firmy składają się przeważnie kapitały: własny, pochodzący ze sprzedaży akcji, sprzedaży obligacji, zadłużenie oraz kapitał z zysków zatrzymanych. Struktura kapitału, czyli relacja między jego składnikami, decyduje o efektywności strategii firmy, wyrażanej wysokością zysku. W literaturze dotyczącej analizy finansowej badane są najczęściej związki między kapitałem własnym i obcym.

Jednak wzajemne relacje między pozostałymi składnikami też są ważne. Jeżeli kapitał traktować jako wektor mający współrzędne liczbowe w postaci jego składowych, to dla ustalenia dobrej strategii finansowej firmy należy określić odpowiednio kierunek, zwrot oraz długość tego wektora.

Długość d niezerowego wektora $v = [v_1, v_2, \dots, v_m]$ kapitału i jego, inna niż długość, miara $s(v) = |v_1| + |v_2| + \dots + |v_m|$ są różne, gdyż $s(v) > d$.

Aby zbadać efektywność inwestowania kapitału należy przeanalizować efektywność inwestowania poszczególnych jego składowych, ponieważ zysk całkowity jest jakąś sumą uogólnioną zysków częściowych.

Ujmując problem ogólniej zakładamy, że niezerowy kapitał x , traktowany jako wektor, ma nieujemne składowe x_1, x_2, \dots, x_m , czyli $x = [x_1, x_2, \dots, x_m]$.

Dla zmiennej czasowej $t \in (a, b)$ wektor $x(t)$ jest to kapitał w chwili t , zaś $x_i(t)$ oznacza wartość liczbową składowej x_i dla $i \in A = \{1, 2, \dots, m\}$.

Funkcje wektorową

$$(1) \quad x(t) = [x_1(t), x_2(t), \dots, x_m(t)]$$

można otrzymać symulując inwestowanie i badając jego efektywność.

Jeżeli istnieje pochodna $\dot{x}(t)$ funkcji $x(t)$ dla każdego $t \in (a, b)$ oraz $\dot{x}(t) = p(t) = [p_1(t), p_2(t), \dots, p_m(t)]$ to $\dot{x}(t) = p_i(t)$ oraz

$$x_i(b) - x_i(a) = \int_a^b p_i(t) dt \quad \text{dla } i \in A.$$

Określimy teraz riową elastyczną strategię kapitałową firmy ustalając wagi nieujemne, u_1, u_2, \dots, u_m oraz wagi minimalne nieujemne c_1, c_2, \dots, c_m dla składowych x_1, x_2, \dots, x_m w taki sposób, że $\sum u_i \cdot \sum c_i > 0$ oraz

$$u_i = \max \left(c_i, \frac{1}{x_i(a)} \cdot \int_a^b p_i(t) dt \right) \quad \text{dla } i \in A.$$

Ciąg (c_i) dla $i \in A$ wag minimalnych nieujemnych c_1, c_2, \dots, c_m ustala się bez uwzględnienia finansowych wyników składowych x_1, x_2, \dots, x_m w okresie (a, b) dla zapewnienia pewnych specjalnych warunków np. bezpieczeństwa firmy w dłuższym okresie lub zmniejszenia ryzyka.

Wprowadzamy następnie wagi znormalizowane

$$(2) \quad w_i = \frac{u_i}{\sum u_i} \quad \text{dla } i \in A, \text{ zauważamy, że } \sum w_i = 1 \text{ oraz ustalamy}$$

zapowiedzianą strategię finansową firmy przyjmując $x_i = k \cdot w_i$, gdzie $i \in A$ oraz $k = \sum x_i$.

Kapitał k jest miarą skalarną, ale nie długością, wektora x kapitału.

Waga w_i jest wskaźnikiem względnym udziału składowej x_i w kapitale k , a więc $[x_1, x_2, \dots, x_m] = k \cdot [w_1, w_2, \dots, w_m]$

czyli

$$(3) \quad x = k \cdot w,$$

gdzie k jest liczbą, zaś x oraz w są to wektory.

Równość (3) wprowadza efektywną strategię kapitałową firmy w sposób elastyczny, to znaczy strategię zapewniającą w miarę duży zysk, ale nie wykuczającą drastycznie składowych mniej efektywnych.

Strategia elastyczna wydaje się bardzo sensowna i celowa oraz ma aspekt aplikacyjny. Uwzględnia ona nie tylko zysk bezpośredni, ale też inne elementy generujące zysk w dłuższym okresie.

Takie podejście do struktury kapitału firmy i strategii kapitałowej nie występuje w literaturze i może być zastosowane w praktyce. Istnieje możliwość uogólnienia sposobu konstruowania kapitału całkowitego z jego części przez przyjęcie macierzy prostokątnej $W = [w_{ij}]$ dla $1 \leq i \leq m$ oraz $1 \leq j \leq n$ wag dla składników kapitałowych

x_1, x_2, \dots, x_m .

Dla dowolnego $i \in A$ waga w_i jest wyznaczona przez i -tą kolumnę macierzy W .

Przypadek szczególny $n=2$ wydaje się najbardziej ciekawy w aspekcie zastosowań, dlatego został zaprezentowany.

Literatura

1. E.F. Bringham, L. C. Gapenski, Zarządzanie finansami, t. 1,2, PWE, Warszawa 2000.
2. W. Dobrowolski i in. Wskaźniki analizy finansowej firmy, Pol. Wr., Wrocław 1995.
3. J. Ellis, D. Williams, Strategia przedsiębiorstwa a analiza finansowa, FRR, Warszawa 1997.

INNOWACYJNOŚĆ – ŹRÓDŁO PRZEWAGI KONKURENCYJNEJ MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW W POLSCE

Kowalik Jan,

Politechnika Częstochowska, Częstochowa, Polska

1. Wprowadzenie

Konkurencyjność przedsiębiorstwa jest uwarunkowana wieloma czynnikami o charakterze wewnętrznym i zewnętrznym. Szczególnie istotnym czynnikiem, mającym wpływ na funkcjonowanie i rozwój małych i średnich przedsiębiorstw jest ich innowacyjność¹. Wśród głównych celów wprowadzania innowacji w przedsiębiorstwach wymienia się poprawę jakości wyrobów, zwiększenie asortymentu, otwarcie nowych rynków, bądź zwiększanie udziałów w rynku. Innymi słowy można powiedzieć, iż głównym celem wdrażania innowacji jest budowa przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa. Na kluczową rolę innowacyjności wśród źródeł przewagi konkurencyjnej uwagę zwraca M. Porter², który stwierdza, że przedsiębiorstwa osiągają przewagę konkurencyjną przez działania innowacyjne. Dążą do innowacji w jej najszerszym rozumieniu, zarówno w

¹ Przez innowacyjność należy rozumieć zdolność przedsiębiorstw do tworzenia i wdrażania innowacji oraz rzeczywistą umiejętność przedsiębiorstwa do wprowadzania nowych i zmodernizowanych wyrobów, nowych lub zmienionych procesów technologicznych lub organizacyjnych – technicznych.

² Porter M.: Porter o konkurencji, PWE, Warszawa 2001, s. 202.

znaczeniu nowej techniki jak i nowych sposobów postępowania. Dostrzegają nową podstawę konkurencyjności albo ulepszają istniejące już sposoby konkurencyjności. Wśród przesłanek wyboru innowacyjności jako wiodącego czynnika oddziałującego na konkurencyjność wymienia się³:

- innowacyjność już w samej nazwie zawiera element nowości i zmiany, ma charakter dynamiczny i rozwojowy,
- innowacyjność jest czynnikiem powiązaniem z pozostałymi czynnikami oddziałującymi na wzrost konkurencyjności,
- innowacje silnie oddziałują na kreowanie popytu rynkowego.

W Polsce w 2001 roku liczba wszystkich przedsiębiorstw zarejestrowanych w systemie REGON wyniosła 3 348 124, z tego 99,8% stanowiły małe i średnie przedsiębiorstwa. Większą część tych podmiotów stanowiły mikro przedsiębiorstwa, których udział w ogólnej liczbie przedsiębiorstw sektora MSP wyniósł 95,4%, natomiast małych i średnich przedsiębiorstw odpowiednio 3,8% i 0,8%. Udział małych przedsiębiorstw w tworzeniu PKB waha się w granicach 39%, podczas gdy średnie firmy przyczyniają się jedynie do tworzenia 9% PKB. Na koniec 2001 roku małe przedsiębiorstwa zatrudniały około 44,41% pracujących w gospodarce narodowej, zaś w przedsiębiorstwach średniej wielkości pracowało 22,71% osób.

Z powyższych przesłanek wynika, iż analiza działalności innowacyjnej małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce jest kluczowym elementem dla określenia poziomu ich konkurencyjności, a przez ich ważną rolę w gospodarce narodowej, również i konkurencyjności całej gospodarki.

2. Innowacyjność sektora MSP w Polsce

Do pomiaru poziomu innowacyjności małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce, stosuje się najczęściej takie miary jak: wskaźnik udziału przedsiębiorstw innowacyjnych w ogólnej liczbie przedsiębiorstw, udział produktów nowych i zmodernizowanych w produkcji sprzedanej w przemyśle, strukturę i rodzaje nakładów innowacyjnych.

Poziom innowacyjności przedsiębiorstw w Polsce mierzony wskaźnikiem udziału w populacji badanych przedsiębiorstw przemysłowych firm innowacyjnych nie jest zbyt wysoki, gdyż w latach 1999 – 2000 wyniósł on 16,9%, podczas gdy w krajach UE średnia wartość tego wskaźnika wynosi 51%. Najmniej innowacyjne były małe przedsiębiorstwa, dla których wskaźnik ten wynosił 11%, podczas gdy dla średnich przedsiębiorstw kształtował się na poziomie 23%, a dla dużych przedsiębiorstw wyniósł on 54%.

O niskim poziomie innowacyjności polskich przedsiębiorstw na tle krajów UE świadczy również wskaźnik udziału produkcji sprzedanej wyrobów nowych i zmodernizowanych w produkcji sprzedanej wyrobów w przemyśle. Udział tych wyrobów w sprzedaży w 1999 roku wyniósł 21,3%, natomiast w 2000 roku spadł do poziomu 16,4%.

Jeżeli chodzi o strukturę nakładów na innowacje w przemyśle, to można zauważyć, iż największe nakłady ponoszą przedsiębiorstwa na inwestycje w

³ Sosnowska A.: Pojęcie konkurencyjności przedsiębiorstw, w: Źródła przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw, *Materiały i Prace IFGN, SGH, Warszawa 2002*, s. 10.

maszyny, urządzenia oraz środki transportu – około 55% ogółu wydatków poniesionych na inwestycje. Kolejną stosunkowo liczną kategorię nakładów stanowią te poniesione na działalność badawczo-rozwojową około 10% ogółu nakładów w 2001 roku, co stanowi spadek w stosunku do 1999 roku o 8%.

Kolejną miarą, która może być wykorzystana dla określenia innowacyjności przedsiębiorstw, są wydatki ponoszone przez przemysł na B+R. Poziom tych wydatków w Polsce jest bardzo niski, gdyż wynoszą one jedynie 0,23% PKB, podczas gdy w krajach OECD - 1,4%. Konsekwencją tego jest niski udział wydatków przedsiębiorstw w ogólnej sumie wydatków na B+R, który kształtuje się na poziomie nieco ponad 20%, natomiast udział budżetu państwa w granicach 60%. W krajach o wysokich nakładach na B+R struktura tych nakładów jest odwrotna.

3. Wnioski

Z przeprowadzonej analizy wskaźników innowacyjności wynika, iż małe i średnie przedsiębiorstwa odznaczają się niską innowacyjnością, a co za tym idzie niską konkurencyjnością. Taki stan jest niewątpliwie zjawiskiem negatywnym i niepokojącym w aspekcie konkurowania polskich przedsiębiorstw na wspólnym rynku Unii Europejskiej.

Literatura:

1. Porter M.: Porter o konkurencji, *PWE*, Warszawa 2001,
2. Sosnowska A.: Pojęcie konkurencyjności przedsiębiorstw, w: *Źródła przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw*, Materiały i Prace IFGN, SGH, Warszawa 2002,
3. Rocznik statystyczny 2001, *GUS*, Warszawa 2002.

BADANIE EFEKTYWNOŚCI DZIAŁALNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTW A REGIONALNE STRATEGIE INNOWACJI

Ewa Kusideł, Bogdan Suchecki,
Uniwersytet Łódzki, Polska

W Polsce od kilku lat, wzorem innych krajów europejskich, tworzone są Regionalne Strategie Innowacji Służą one władzom regionalnym do analizy potrzeb i możliwości regionów w celu wdrożenia planów, mających za zadanie podniesienie konkurencyjności regionu. Zadanie to jest realizowane poprzez działania mające na celu m.in. wzrost efektywności i innowacyjności przedsiębiorstw (por. www.integris.net.pl). W krajach UE Regionalne Strategie Innowacji są podstawowym instrumentem rozwoju regionalnego¹.

Regionalne Strategie Innowacji uruchomiono w Polsce w 15 regionach, zgodnie z deklaracją z 10 czerwca 2002 r.; w regionie łódzkim wdrażana strategia nosi nazwę LORIS. Do zdiagnozowania stanu i prognozowania rozwoju sektorów gospodarczych w województwie łódzkim, w celu wyznaczenia jego priorytetów rozwojowych, posłużyły min. ekonometryczne modele regionalne.

¹ W Holandii, w regionie Overijssel, stworzono program transferu wiedzy z uniwersytetów do przedsiębiorstw, we Francji zaktywizowano kadre naukową do tworzenia własnych firm, w Barcelonie utworzono park naukowy w celu rozwijania możliwości absorpcji nowych technologii przez przemysł.

Modelowanie regionalne napotyka dwie podstawowe trudności. Po pierwsze rozwój regionalny obejmuje szereg zmian dotyczących nie tylko sfery gospodarczej, ale również społecznej, kulturowej, środowiskowej (ekologia), polityczno-ustrojowej itp. Ta złożoność czynników kształtujących rozwój gospodarczy powoduje trudności w identyfikacji kluczowych wyznaczników rozwoju regionalnego, a w dalszej kolejności trudności ich kwantyfikacji.

Drugim problemem jest dostępność danych statystycznych, które istnieją najczęściej dla administracyjnie wyodrębnionych jednostek: województw, powiatów itd. Nie zawsze podział administracyjny kraju spełnia wymogi stawiane przed regionami ekonomicznymi, rozumianymi jako obszar odróżniający się od innych cechami ekonomiczno-społecznymi.

W Polsce, oprócz transformacji politycznej – ustrojowej na przełomie lat dziewięćdziesiątych, nastąpiła również zmiana podziału terytorialnego kraju. Oba te fakty utrudniają analizy ilościowe: transformacja ustrojowa spowodowała brak porównywalności wielu zmiennych ekonomicznych, podobnie jak nowy podział terytorialny. Pomimo tych trudności w Polsce rozwijał się nurt modelowania regionalnego, który w przypadku województwa łódzkiego reprezentowany był przez autorów prac [1] i [2].

Wspomniane badania dotyczyły „starego” podziału terytorialnego kraju na 49 województw. Jedno z nich (por. [2], rozdział 5) wskazywało na istotne różnice w zachowaniu się przedsiębiorstw sektora prywatnego i publicznego. Różnice te dotyczyły przede wszystkim dostosowania wielkości zatrudnienia i wynagrodzeń do zmieniającego się popytu na produkty przedsiębiorstw. Należy zaznaczyć, że wspomniane badanie dotyczyło okresu 1994-1999, w którym realizowano Program Restrukturyzacji Regionu Łódzkiego. Główną częścią Programu była prywatyzacja, którą do początku 1997 r. objęto 184 przedsiębiorstwa państwowe. Procesy te znalazły odzwierciedlenie w danych statystycznych, które wskazywały, że sektor prywatny zwiększył udział w przychodach województwa łódzkiego z 50%, na początku roku 1994, do prawie 80% w końcu roku 1998. Prywatyzacja przedsiębiorstw spowodowała w większości wypadków wzrost efektywności ich działania, co potwierdziło wspomniane badanie, z którego wynikało, że przedsiębiorstwa sektora publicznego dużo wolniej, niż ich prywatni konkurenci, reagują na sygnały rynkowe (zmiany w popycie na produkty i usługi), a co za tym idzie prowadzą mniej efektywną politykę płacową i zatrudnieniową.

Poniżej postanowiono zweryfikować podobną tezę, tzn. czy istnieją różnice w relacjach pomiędzy zatrudnieniem, wynagrodzeniami i popytem na produkty przedsiębiorstw (mierzone przychodami ze sprzedaży wyrobów i usług) w zależności od sektora własności. Badanie dotyczy 67 miesięcznych obserwacji z lat 1999-2004, a więc okresu dla nowego podziału administracyjnego na 16 województw. Analizowany okres charakteryzuje się stabilizacją procesów prywatyzacyjnych: udział sektora prywatnego kształtował się na względnie stałym poziomie oscylującym wokół 76% ogólnych przychodów ze sprzedaży. Nar-

zędziem badawczym była dekompozycja błędów prognoz pochodzących z modeli VAR zbudowanych dla sektora prywatnego i publicznego.

Na podstawie otrzymanych wyników (których szczegóły znajdują się w Załączniku) można stwierdzić, że bardziej elastyczne mechanizmy dostosowawcze można obserwować wśród przedsiębiorstw sektora prywatnego¹. Można powiedzieć, że obserwujemy tam keynesowską (popytową) politykę zatrudnieniową – płacową, podczas gdy w sektorze publicznym widoczne są mechanizmy neoklasyczne (wpływ płac realnych). Tezę tę można uzasadnić różną reakcją płac realnych, które w sektorze publicznym są uzależnione głównie od wielkości zatrudnienia, podczas gdy w sektorze prywatnym ich głównym indykatorem są zmiany w sprzedaży produktów. Powyższe spostrzeżenia pozwalają przypuszczać, że mało elastyczne i stosunkowo wysokie poziomy płacy realnej (generalnie wyższe niż w sektorze prywatnym) mogą być powodem zmniejszonej (pod względem szybkości reakcji na sygnały rynkowe) efektywności działalności przedsiębiorstw sektora publicznego..

Literatura

1. Kryńska E., J. Suchecka, B. Suchecki, [1998], *Prognoza podaży i popytu na pracę w Polsce do roku 2010*, Instytut Pracy i Spraw Socjalnych, Warszawa;
2. Kusideł Ewa, [2000], *Modele wektorowo – autoregresyjne VAR. Metodologia i zastosowania*. Absolwent, Łódź.

DEA JAKO METODA POMIARU EFEKTYWNOŚCI TECHNICZNEJ

Sylwia Nieszporska

Politechnika Częstochowska, Częstochowa, Polska

Wstęp

W analizach ekonomicznych przeprowadzanych w przedsiębiorstwach istotne znaczenie ma określenie ich możliwości produkcyjnych. Problem ten wiąże się z pojęciem *efektywności technicznej*, która rozpatrywana jest wtedy, gdy proces produkcji zorganizowany jest tak, aby zminimalizować nakłady niezbędne do produkcji określonych wyników. Efektywność techniczna polega na osiągnięciu największej produkcji przy wykorzystaniu najlepszej kombinacji dostępnych zasobów; nie może być więc w takim przypadku mowy o marnotrawieniu nakładów i stratach. Z istniejących zasobów produkuje się więc przy możliwie najniższym koszcie.

Pojęcie efektywności technicznej wprowadzone zostało przez Farrella i rozważane jest w kategorii różnicy pomiędzy stwierdzonym poziomem produkcji danego przedsiębiorstwa a granicą jego rzeczywistych możliwości produkcyjnych. Jej istnienie wiąże się zatem z wytwarzaniem efektów przy jednoczesnym wykorzystaniu optymalnej pod względem kosztów kombinacji nakładów. Można zatem powiedzieć, że efektywność określa zależność pomiędzy produktywnością obiektu a produktywnością obiektu efektywnego.

¹ Należy jednak podkreślić, że różnice te ulegają zmniejszeniu, w szczególności jeśli chodzi o wpływ zatrudnienia na wynagrodzenia i przychody, które w badaniu za okres 1994-1998 nie wykazywało żadnego wpływu na pozostałe kategorie, w przeciwieństwie do bieżącego badania.

Wśród metod pomiaru efektywności technicznej znajduje się *Data Envelopment Analysis* – nieparametryczna metoda optymalizacji relacji pomiędzy nakładami (*inputs*) produkcji i jej wynikami, efektami (*outputs*).

Istota DEA

W roku 1978 amerykańscy naukowcy Charnes, Cooper i Rhodes opublikowali wyniki swoich badań, które stały się podstawą opisu metody DEA, jednak jej podwaliny opracowane były w 1957 przez Farella.

W metodzie DEA dla każdego analizowanego obiektu (np. przedsiębiorstwa) zwanego *decision making unit* (DMU) i wektora nakładów oblicza się wartośćżądanego wyniku. Wyznacza się tym samym wartości graniczne tworzące *granicę efektywności*, poniżej której znajdują się nieefektywne jednostki DMU.

Metoda DEA pozwala wyznaczyć jedynie relatywne efektywności. Przy jej pomocy nigdy nie można wyznaczyć efektywności absolutnych. Efektywność techniczna może przybierać wartości z przedziału od 0% do 100%. Wartość najwyższa oznacza, że badana DMU jest efektywna; w przypadku przeciwnym - DMU jest nieefektywna.

Podstawowy model DEA

Jednym z pierwszych modeli wykorzystywanym w metodologii DEA jest model (CCR) opracowany przez Charnesa, Coopera i Rhodesa w roku 1978. Punktem wyjścia w budowie tego modelu jest maksymalizowanie ilorazu będącego miarą efektywności danej jednostki: przy założeniu, że efektywność żadnej innej nie będzie większa od 1.

Efektywności definiuje się tutaj jako stosunek sum ważonych wyników

produkcji do sum ważonych nakładów:
$$\text{Efektywność} = \frac{\sum_{k=1}^p \mu_k y_k}{\sum_{i=1}^m v_i x_i}$$
, gdzie y_k to

wielkość wyników, a μ_k odpowiadająca mu waga, zaś x_i to wielkość nakładów z przypisanymi im wagami v_i .

Po przekształceniach model CCR zapisuje się następująco:

$$\min_{\Theta, \lambda, s_x, s_y} z_0 = \Theta - s(1^T s_x + 1^T s_y)$$
 przy założeniu, że:

$$X\lambda - \Theta x_0 + s_x = 0$$

$$Y\lambda - y_0 - s_y = 0$$

$$\lambda \geq 0, s_x \geq 0, s_y \geq 0, \quad \text{gdzie:}$$

$$\Theta \in R, \lambda \in R^n, s_x \in R^m, s_y \in R^p$$

Θ jest zmienną reprezentującą redukcję nakładów w celu osiągnięcia efektywności równoważną mierze efektywności Farella, s_x i s_y są tak zwanymi *luzami*, które pozwalają określić źródła nieefektywności. s_x jest miarą luzów związanych z nakładami, a jego dodatni znak umożliwia redukcję nakładów o wielkość luzu, bez zmiany którejkolwiek wagi λ (w kombinacji nakładów i wyników). s_y to luzy związane z efektami, którego dodatnia wartość oznacza, że poziom wyników może być podniesiony o wielkość luzu bez naruszenia któregośkolwiek elementu zadania programowania liniowego.

Model CCR jest zorientowany na nakłady, czyli minimalizuje zapotrzebowanie na nakłady, aż do granicy efektywności i zakłada stałe efekty skali czyli proporcjonalny wzrost produkcji wskutek wzrostu nakładów.

Wnioski

Nieparametryczna metoda DEA w porównaniu z parametrycznymi metodami wyznaczania efektywności wykazuje dużą elastyczność dopasowania do posiadanych danych. Pomija problem dopasowania odpowiedniej postaci funkcyjnej do badania zależności między nakładami a wynikami, umożliwia wykorzystanie różnego typu zmiennych (np. jakościowe, nieciągłe), dobrze sprawdza się w analizie obiektów wielonakładowych i wieloefektowych oraz znacznie lepiej radzi sobie z wielkościami skrajnymi niż metody parametryczne. Do jej zastosowania nie potrzebne są informacje o cenach jednostkowych, co w znacznym stopniu ułatwia przeprowadzenie analizy.

Literatura:

1. Gospodarowicz M., *Procedury analizy i oceny banków*, Materiały i studia, zeszyt nr 103, Warszawa czerwiec 2000;
2. Pilyavsky A., Golubchikov M., Pshenychny I., *Technical and Allocative Efficiency of Hospitals in Ukraine*, w: *Пространно – czasowe modelowanie i prognozowanie zjawisk gospodarczych*, Zeliaś A., (red.), Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków 2003;
3. Charnes A., Cooper W., Lewin A., Seiford L., *Data Envelopment Analysis: Theory, Methodology, and Application*, Kluwer Academic Publishers, Boston/Dordrecht/London 2000.

НЕКОТОРЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ

И. Г. Бабич

УО «Брестский государственный технический университет»,
Республика Беларусь

Под *инновациями* (нововведениями) в строительстве понимают процесс введения в систему строительного производства результатов научно-технического прогресса в области техники и технологии, проектно-конструкторских разработок, прогрессивных методов организации и управления строительством, обеспечивающих повышение эффективности строительного производства, улучшение качества строительной продукции и повышение ее конкурентоспособности.

Любую строительную продукцию - здания и сооружения, методы их строительства и технологию производств работ, строительную технику и средства механизации, строительные материалы, технологию их производства, обладающих принципиально новыми качествами, принято называть *новым продуктом*. Инновациями в строительстве могут быть принципиально новые архитектурно-планировочные решения и реализуемые на их основе здания и сооружения, неиспользуемые ранее строительные материалы, конструкции и изделия, технологии производ-

ства строительно-монтажных работ, комбинации новых технологий, методов организации, используемых механизмов без изменения самих проектных решений.

Управление инновациями должно осуществляться под знаком реагирования на непрерывные изменения как в строительной, проектно-исследовательской или научно-исследовательской деятельности, так и во внешней среде. Этот процесс связан со стремлением к получению максимальной прибыли или выгоды, получению личных преимуществ, что всегда связано с повышением конкурентоспособности предприятия. В строительстве это может быть достигнуто следующим образом:

- путем улучшения архитектурно-планировочных и конструктивно-компоновочных решений объектов строительства;
- разработкой и внедрением новых конструкций, использованием неизвестных ранее материалов;
- разработкой и внедрением прогрессивных, ресурсосберегающих технологий выполнения работ;
- использованием новых, высокопроизводительных строительных машин и механизмов;
- оптимизацией используемых методов организации строительства за счет улучшения производственного планирования и управления производственным процессом;
- внедрением информационных технологий в процессы проектирования и управления строительством, позволяющие повысить эффективность принятия всех видов управленческих решений.

В аспекте вышеизложенного особый интерес вызывает последнее направление инновационной деятельности в строительстве. Современное состояние инвестиционно-строительного комплекса РБ, закономерности и тенденции развития рыночных отношений, изменение бюджетной и инвестиционной политик по приросту основных фондов, определяют необходимость разработки инновационных принципов и методов проектирования и мониторинга организационно-технологических процессов (ОТП) в строительстве. В условиях развития конкуренции в строительстве значительно возросла актуальность отслеживания параметров предпроектных и проектных разработок, в которых обосновываются технические, технологические и организационные решения, затраты и эффективность реализации инвестиционных проектов.

Как показывает мировой опыт, повышение эффективности организационно-технологических решений в инвестиционных проектах основывается на системном подходе с применением современных методов и информационных технологий. Комплексное проектирование ОТП, в соответствии с международными требованиями проект-менеджмента, должно осуществляться применительно к объектам управления (инвестиционно-строительным проектам), и субъектам (органам) управления инвестиционно-строительной деятельностью. Применяемые до последнего времени

методы и информационные технологии проектирования и мониторинга ОТП в строительстве в недостаточной мере обеспечивают эффективность и надежность реализации инвестиционных проектов. Необходима разработка новых методов и информационных технологий, которые, во-первых, способствуют повышению надежности ОТП на всех стадиях жизненного цикла от предпроектных разработок до завершения инвестиционного проекта. Во-вторых, обеспечивают организационно-технологическую и информационную увязку всех участников инвестиционных проектов, повышение эффективности деятельности каждого из них.

Автоматизация проектирования и мониторинга ОТП должна обеспечить подготовку и поддержку принятия системотехнических решений в процессе проектирования и строительства объектов. Для этого требуется преодоление ведомственной разобщенности субъектов управления и интеграция их информационных технологий. Необходимо развитие существующих информационных технологий с ориентацией на проектирование организации подготовки и поддержки принятия организационно-технологических решений на основе мониторинга их параметров. Потребность применения на практике таких технологий возрастает по мере совершенствования рыночных отношений и улучшения экономического состояния участников инвестиционных проектов. Поэтому, актуальным направлением развития информационных технологий организации проектирования и строительства объектов является разработка систем автоматизации подготовки и поддержки принятия организационно-технологических решений на основе мониторинга ОТП.

ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ СИСТЕМА ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННО-СТРОИТЕЛЬНОГО ПРОЕКТА НА ОСНОВЕ ИНТЕГРАЦИИ КАЛЕНДАРНЫХ ПЛАНОВ

В.В. Березка

Московский государственный строительный университет, Россия

Новые требования к проектам и строительным объектам, предъявляемые со стороны конечных владельцев (как эстетические, так и функциональные) определяют новую форму организации строительной индустрии – инвестиционно-строительное проектирование, тесно интегрирующие в себе все аспекты человеческой деятельности.

В процессе проектирования определяются технико-экономические показатели будущего объекта, которые могут оказывать влияние на показатели эффективности инвестиций. Организационно-технологическая подсистема дает множество вариантов реализации инвестиционной фазы проекта, формально выраженных в календарных планах реализации проекта, сметной документации и соответствующих контрактах на производство работ. Каждый из этих вариантов имеет свой график освоения капиталовложений и соответствующую ему эффективность инвестирования, которая зависит от объема, времени и темпа расходования денежных средств.

Инвестиционно-строительный проект (ИСП) обеспечивается и поддерживается множеством автоматизированных программных систем, предназначенных для решения узкоспециализированных задач (например, подготовка эскизных и рабочих чертежей, расчеты конструктивных элементов, формирование календарного плана производства работ и т.д.) Техническая и методологическая разрозненность таких систем не позволяет системно подойти к решению проблемы нахождения настоящего эффективного решения. Очень сложно, да и практически невозможно, оценить вклад (воздействие) отдельного решения, принятого в рамках проекта, будь то технологическое, инженерное или организационное, на экономическую эффективность ИСП.

Календарные планы разрабатываются на разных стадиях управления различными исполнителями и в интересах различных субъектов управления. Однако, с точки зрения объекта управления и динамики его развития в течение жизненного цикла (строительство и эксплуатация зданий и сооружений), календарные планы должны быть представлены в виде определенной системы, в которой отдельные календарные планы трактуются как взаимосвязанные элементы общей системы календарного планирования. При такой постановке возникает естественная необходимость в формировании согласованных требований к связям между элементами. Согласованность календарных планов (в первую очередь смежных) должна определить их иерархичность (соподчиненность), учет интересов различных субъектов управления (через систему критериев) и преемственность (генезис) в дальнейшем развитии [1].

Оценка экономической эффективности проекта, вариантов реализации и выработка предложений по оптимизации осуществляется на первоначальной стадии ИСП (бизнес-планирование, ТЭО) и в большинстве случаев забывается и остается на бумаге.

В связи с этим актуальной задачей является разработка функциональной системы оценки ИСП на основе комплексной интеграции календарных планов. Решение такой задачи подразумевает *организационную, методическую, информационную и программную интеграцию*.

Необходимы новые методики и модели, организационные и управленческие решения, передовые информационные технологии, позволяющие на протяжении всего цикла осуществлять интеграцию (конвергенцию) календарных планов. Информационная система, осуществляющая конвергенцию календарных планов, позволит сравнивать и находить из множества предлагаемых инженерно-технологических проектных решений оптимальное и экономически эффективное.

Организационная и методическая интеграция предполагает поднятие понятия «Календарного планирования» из плоскости формальной составляющей в составе ПСД в плоскость неотъемлемого субъекта оценки при принятии любых решений в ИСП. Описание, разработка и развитие функциональной системы оценки календарного планирования на основе интеграции, конкордации и конвергенции календарных планов проекта является важным шагом в переходе к новой парадигме проектирования и строительной деятельности, основы которой изложены в [2].

Информационная и программная интеграция предполагает, что для того чтобы оценить эффективность вариантов календарных планов реализации ИСП и, следовательно, поддержать принятие оптимального решения, необходимо:

- установить взаимосвязи, соподчиненность между календарными планами различных этапов проекта; осуществить преемственность ключевых параметров, определяющих эффективность ИСП в целом, при переходе от стадии к стадии проектирования;
- предоставить графические, аналитические возможности и формальные критерии, которые позволят выбрать оптимальное решение, соблюдая баланс интересов инженерной, организационной и экономической подсистем ИСП;
- предоставить функциональные возможности по интеграции данных и результатов, создаваемых в различных программных комплексах, различными специалистами.

ЛИТЕРАТУРА

1. Болотин С.А. Модель конкордации календарных планов, разрабатываемых для управления недвижимости в течение жизненного цикла, №6 2003 «Недвижимость. Экономика. Управление».
2. Гусаков А.А. Новая парадигма строительной деятельности.
3. Peter W.G. Morris (University College London & INDECO). The irrelevance of Project Management as a professional discipline. Материалы «Всемирного конгресса по управлению проектами в 2003 году в Москве»

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ МОДЕЛИ ИННОВАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ

К.В. Березовский

*Национальный технический университет Украины
«Киевский политехнический институт»*

В условиях переходного периода формируются новые модели инновационной политики, управленческой и политической культуры: создаются новые институты, меняются роль и функции структур власти, разрабатывается новый порядок координации действий различных субъектов инновационной деятельности, наконец, меняются и сами агенты экономического процесса.

Формирование новой модели инновационной системы, которая должна стать составной частью промышленной стратегии, приобретает в Украине свои особенности. Во-первых, по ряду причин структуры и элементы технологического уклада в Украине остаются почти фрагментарными. В то время, когда развитые страны уже это отработали, установили свои нормативы и технологические стандарты, их качество выше при достаточно низкой стоимости, чем соответствующих отечественных показателей. Это обуславливает вторжение иностранных технологий на отечественный рынок и усиление на нем несовершенной конкуренции.

Во-вторых, доминирование достаточно продолжительное время специфической плановой модели внутреннего и внешнего трансфера технологий привели к фактическому отсутствию институциональной и информационной инфраструктур трансфера и к усилению неконтроли-

руемого переноса технологий и подрыва инновационной базы промышленности в Украине.

В-третьих, сохранились некоторые устаревшие компоненты плановой модели регулирования инновационной деятельности, недостаточная скоординированность действий различных субъектов и инновационного пространства. Вследствие высокой степени неопределенности, присущей переходному периоду, отсутствия направленной модели принятия решений и соответствующей информационной базы, достаточно сложной является разработка гибкой инновационной политики, адекватной внутренним условиям и курсу реформ в Украине.

В разработке этой инновационной стратегии значительную роль играет анализ таких важных процессов как освоение продуктовых и технологических инноваций, наплыв иностранных технологий на внутренний рынок и учет их качественных характеристик, взаимосвязи между промышленностью и различными секторами научно-технологической сферы.

В наиболее общем плане этот анализ позволяет сделать некоторые обобщения относительно инновационной стратегии промышленных предприятий в условиях переходного периода, которая становится важнейшей задачей успешного реформирования экономики.

Прежде всего, эта стратегия должна быть ориентированной на освоение базовых инноваций, которые позволяют перейти к новым технологическим структурам производства и обеспечить конкурентоспособность предприятий на внутреннем и внешнем рынках.

Важным моментом внедрения инноваций на отечественных предприятиях есть преимущество иностранных продуктовых или технологических инноваций над стечественными, даже когда последние не уступают по своему техническому уровню. Это, в свою очередь, приводит к сворачиванию отечественного корпоративно-промышленного сектора науки.

Более того, инновации, которые попадают в Украину из-за границы, имеют еще и достаточно короткий (то есть фактически исчерпанный по мировому уровню и нормам) жизненный цикл, не содействуя конкурентоспособности украинских производителей не только на внешнем, но и на внутреннем рынках. Это дает возможность утверждать, что неконтролируемый поток иностранных технологий блокирует развитие национального инновационного комплекса и прикладной науки, создает реальную опасность возникновения технологической зависимости отечественной промышленности от иностранных разработок.

Структурные особенности современной мировой конкуренции связаны, прежде всего, с решающей ролью больших корпораций, которые создают систему стратегических инновационно-производственных звеньев. Место украинских предприятий в этой глобальной промышленно-инновационной системе достаточно неопределенно. В стратегически важных отраслях (связь, информатика, химия и другие) только аэрокосмические предприятия все еще входят в группу мировых лидеров. Другие стратегические отрасли требуют инновационной государственной политики, которая была бы нацелена на поддержку научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ и стабильных внутренних инвестиций, а

также на создание институциональной организации для стимулирования развития исследовательской деятельности.

В связи с особенностями отечественного инновационного процесса, в русле новой промышленной и инновационной стратегии необходимо работать и реализовать программы формирования национальных инновационных и технологических лидеров, крупных предприятий, холдингов, высокотехнологических производств и предприятий, которые имеют приоритетное значение для формирования национальной модели промышленно-экономического роста. Приоритетное финансирование, адресная помощь современным менеджментом, инвестиционными кредитами под «будущую стоимость», введение системы отсроченных платежей должны стать первоочередной заботой государства и общества.

Среди необходимых шагов, которые должны быть сделаны для активизации инновационной политики, следует также определить следующие задания.

В сфере бюджетной политики, опираясь на независимую научную экспертизу, должна быть сформирована ориентация исключительно на поддержку базовых инвестиций. К приоритетам бюджетной политики нужно отнести поддержку экспортоориентированных предприятий, в первую очередь тех, которые внедряют именно базовые инновации и новые технологии.

Финансирование инновационной сферы, адекватное задачам и условиям переходного периода, должно быть нацелено на обеспечение функционально-целевой мобилизации и концентрации финансовых ресурсов в специальных финансовых фондах, которые образуются на всех уровнях инновационной сферы.

В рамках инновационной политики могут быть разработаны механизмы государственного регулирования и поддержки международного трансфера технологий. Для повышения эффективности инновационной политики необходимо разработать программу «локальных» технологических интервенций, создать системы мониторинга и оценки научно-технических программ и определить приоритетность технологий межотраслевого использования на основе координации межинституциональных действий в области инноваций.

ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ КОМПАНИИ И ЭТАПЫ ИХ РАЗВИТИЯ

С. В. Войтко

НТУУ «КПИ», Украина

1. На протяжении развития информационных технологий постепенно начали определяться направления, которые или вошли в эту отрасль как необходимые, или же являются производными отрасли. Среди крупнейших компаний мира за объемами поступлений первое место занимают производители компьютерной техники и периферии. На втором месте находятся телекоммуникационные компании, в основном, это операторы мобильной связи. Третье место занимают компании-поставщики Т-услуг. Также важные места в индустрии информационных технологий имеют производители полупроводникового и коммуникационного оборудования, производители и разработчики программного обеспечения, Ин-

тернет-компаний. Эти 7 направлений, по мнению автора, в настоящее время формируют структуру рынка информационных технологий.

Наиболее доходными компаниями по доходности акций являются производители полупроводниковых изделий и техники, поставщики IT услуг и производители компьютерного оборудования. Лидирует в рейтинге компании США – 4 с 10, хотя первое место занимает Тайвань.

В этой структуре явно выделяется товар и услуга IT. Товар занимает место обслуживающего объекта информационных технологий, услуга является основой бизнеса. Пока она занимает не ведущие место в этой сфере деятельности. Для примера приведем данные по крупнейшим компаниям мира: на 15,3 % General Electric по капитализации опережает Microsoft; по чистой прибыли 1 место занимает телекоммуникационная компания; наибольшие темпы роста характерные для производителей деталей и готовых изделий. Рассматривая численную структуру сфер деятельности крупнейших компаний, выручка которых за год превышала 300 миллионов долларов, наблюдаем такие закономерности: производители коммуникационного оборудования, компьютерной техники и периферии составляют 37 %; информационные услуги и телекоммуникации – 42 %; производители изделий микроэлектроники – 12 %; software-компания – 7 %; дистрибьюторы – 2 %. Анализируя вышеприведенные данные, следует заметить, что около 50 % дохода приносят услуги высоких технологий и столько же товары этих сфер деятельности.

2. Развитие высокотехнологической отрасли в стране с переходной экономикой условно делится на следующие этапы. Первый этап – это *“посреднический”*. Предприятие реализует на рынке высокотехнологическую продукцию другого предприятия, в большинстве случаев иностранного, продукция которого известна в мире. При этом постепенно создается собственная торговая сеть. С течением времени предприятие может иметь свободные оборотные средства. Этот этап характерен для Украины в начале 90-х годов.

Следующим этапом является *“сервисный”* – создается сеть сервисных центров по обслуживанию реализованных товаров. Этот этап характеризуется исследованиями внутренней структуры продукции, принципов ее функционирования. Постепенно компания становится финансово мощной и имеет возможность купить и установить на территории страны высокотехнологическое оборудование – новое, или бывшее в использовании, но которое может еще некоторое время функционировать.

Начинается *“производственный”* этап. Исследуется техника и технология с точки зрения реализации производственных процессов, приобретают опыт работники, воспитываются собственные высококвалифицированные кадры. Начинает производиться собственная продукция и предлагается на рынок как под торговую марку мирового лидера, изделия которого до этого времени реализовывало предприятие, так и под собственными торговыми марками. На этом этапе уже появляются возможности (соответствующее кадровое и финансовое обеспечение существует) реализовывать собственные исследования в сфере тех технологий, которыми занимается предприятие.

«Исследовательский» этап. Достаточность ресурсного обеспечения предопределяет переход в «инновационный» этап развития предприятия. На этом этапе такую структуру (торговая сеть, сеть сервисных центров, исследовательские отделы, производственные подразделения) можно характеризовать как наукоемкое инновационное предприятие, которое может самостоятельно реализовывать весь комплекс мероприятий от новинки и производства до реализации готовой продукции и сервиса.

3. Затронутые выше вопросы наводят на мысль концептуального рассмотрения понятий такой высокотехнологической «отрасли» как «информационные технологии». Базой указанного подхода может служить сформулирован в начале 60 годов закон Мура, который работает до настоящего времени. Этот закон утверждает, что удвоение количества элементов на определенной площади микросхемы происходит каждые 1,5 – 2 года. К этой закономерности можно добавить и увеличение скорости обработки информации, и ее объемов, и уменьшение массогабаритных характеристик и многое другое.

Развитие таких высокотехнологических сфер как информационные технологии интенсивно продолжается и тенденцией настоящего времени является постепенное объединение стран посредством интернета, глобального стандарта программного и аппаратного обеспечения. Однако роль как hardware, так и software пока является лишь обслуживающей – как кино не заменило театр, радио и телефон живого человеческого общения, так и информационные технологии будут всего лишь инструментарием Человека...

ВЛИЯНИЕ ТРАНСГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА НА ИНВЕСТИЦИОННУЮ АКТИВНОСТЬ

Е.В. Господарик

*УО «Брестский государственный технический университет»,
Республика Беларусь*

Отличительной особенностью Европы является не только общая культура и история, но и большое количество границ. Образовавшиеся в течение трех последних столетий границы часто разделяют собой исторически сложившиеся регионы и этнические группы. Эти границы возникли неестественно, и страх перед военными вторжениями обусловил наличие исключительно редконаселенных пограничных областей. После второй мировой войны люди в приграничных областях осознали, что хотят жить так же хорошо, как и их соотечественники внутри страны. Последствием этого осознания явилось образование национальных объединений городов (районов), которые имели общие интересы и стремились укрепить трансграничное сотрудничество. Такие национальные объединения с обеих сторон границы зачастую объединялись в общую трансграничную формальную структуру.

Проработка идеи создания Еврорегиона на стыке Беларуси, Украины и Польши велась с 1992 года. Трансграничное объединение «Еврорегион «Буг» образовано в сентябре 1995 года в составе Волынской области Украины, Люблинского, Хелмского, Тарнобжегского и Замостьского воеводств Республики Польша.

Объединение является формированием открытого типа и, на основании этого, в мае 1998 года в состав его действительных членов вошли Брестская область Республики Беларусь и Бяло-Подлясское воеводство Республики Польша.

С июня 1996 года Еврорегион «Буг» является членом Ассоциации Европейских Приграничных Регионов. Всего в Ассоциацию входят 183 европейских трансграничных и приграничных региона, в том числе три белорусских («Буг», «Неман», «Озерный край»).

Еврорегион «Буг» располагается на территории около 80 тыс. кв. км, его население превышает 5 миллионов человек. Через территорию Еврорегиона «Буг» проходят важнейшие коммуникационные пути, соединяющие страны Западной Европы с Россией, Украиной, Белоруссией.

В апреле 2004 года в рамках многоотраслевой выставки «Брест. Содружество – 2004» проводились *Дни международных контактов*. Были организованы следующие мероприятия:

1. Конференция «Инвестиционные возможности Брестской области – реальности и перспективы».
2. Семинар на тему: «СЭЗ «Брест» сегодня: инвестиционные направления».
3. Контактно-кооперационная биржа с участием 57 представителей предприятий Брестской области. Презентация инвестиционных возможностей Брестской области.
4. Посещение зарубежными участниками предприятий города Бреста, резидентов СЭЗ «Брест»

В марте 2004 года был организован выезд делегации представителей предприятий строительного профиля в г. Люблин с целью участия в выставке «*Любдом. Весна-2004*». Представителями УП «Брестское отделение БелТПП» был развернут выставочный стенд, на котором кроме информации об инвестиционных возможностях Брестской области, были представлены материалы 4-х предприятий, которые приняли заочное участие в выставке.

Примером участия международных доноров в развитии региона является программа ТАСИС по трансграничному сотрудничеству. В программу наряду с проектами технического содействия включены и проекты по развитию инфраструктуры пограничных переходов, а также небольшие инвестиционные проекты по развитию деловой активности в приграничных районах. Начиная с 1996 года, в Брестской области реализованы проекты:

- развитие коммерческих возможностей бывших оборонных предприятий (завод «Камертон», г. Пинск);
- пилотный проект по стационарной и амбулаторной помощи (Пинское областное отделение Белорусского общества Красного Креста);
- передача технологий из высшей школы в промышленность (Брестский политехнический институт);
- помощь в укреплении государственной службы занятости (г. Брест, центр переподготовки кадров);
- приграничный форум инвесторов в Бресте;
- исследование Еврограницы в Бресте;

По состоянию на конец 2003 года инвесторами из Украины в области создано 7 предприятий, имеющих статус предприятий с иностранными инвестициями.

На территории Брестской области инвесторами из Республики Польша создано более 170 совместных и иностранных предприятия – в том числе 20 резидентов СЭЗ «Брест».

Инвесторы из приграничного с Брестской областью Люблинского воеводства создали 43 предприятия.

Литература:

1. Плодотворное сотрудничество. Итоги работы программы Тасис Европейского Союза за 2002 г. © Европейское Сообщество, 2003 г.
2. Отчет Брестского облисполкома о результатах деятельности Еврорегиона «Буг»

НОВЫЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА СТАДИИ САНАЦИИ

Т.М. Драган

*УО «Брестский государственный технический университет»,
Республика Беларусь*

Проблема кризиса на предприятиях Республики Беларусь сегодня достаточно актуальна. Состояние хозяйствующих субъектов характеризуется высокой степенью убыточности, которая по общему числу предприятий страны составила 26,2% в январе-октябре 2004 года, по промышленным предприятиям – 38,4%. Одним из инструментов вывода предприятия из кризиса является процедура санации, для которой в большинстве случаев требуются финансовые средства, привлечение которых в условиях ограниченности инвестиций в РБ затруднительно.

В целях стимулирования инвестиций в оздоровление предприятия предложен новый подход к оценке инвестиционной привлекательности, включающий информативные количественные критерии, определяющие необходимость и целесообразность дальнейшей разработки инвестиционных составляющих санационного проекта.

На повышение инвестиционной безопасности сотрудничества с предприятием - объектом санации направлена методика сравнительной рейтинговой оценки инвестиционной привлекательности объекта санации, базирующаяся на применении комплексного показателя скорости развития кризисного состояния организации (схема).

Под скоростью развития кризиса будем понимать количественную оценку интенсивности изменения платежеспособности предприятия (основного индикатора банкротства) в единицу времени.

Основной целью определения рейтинговой величины инвестиционной привлекательности санируемого предприятия на основе показателя скорости развития кризиса является получение возможности ранжирования кризисных предприятий по степени целесообразности санации методом инвестиционных вложений. С позиции государства при принятии решений о финансировании оздоровления ряда кризисных предприятий рейтинговая оценка дает возможность отбора предприятий, которые наиболее устойчивы, стабильны в своем развитии. Организации с резкими скачками показателей финансового состояния, с интенсивным падением платежеспособности, имеют подозрения в умышленном банкротстве.

Этап 1
Сбор исходной информации

Отчетность предприятия за период 1+n, где n > 24 месяцев (Форма 1-5)

Этап 2
Расчет коэффициентов – индикаторов банкротства

$K1 = \text{Текущие активы} / \text{краткосрочная задолженность}$
 $K2 = (\text{Собственный капитал} - \text{внеоборотные активы}) / \text{денежные средства}$
 $K3 = \text{Суммарные обязательства} / \text{Валюта баланса}$
 $K4 = \text{Просроченные обязательства} / \text{Валюта баланса}$

Этап 3
Построение аппроксимирующей функции, описывающей изменение показателя за период 1+n

$f(K1)$ $f(K2)$ $f(K3)$ $f(K4)$

Так как показатели K1 и K2 прямо пропорциональны улучшению платежеспособности предприятия, а показатели K3 и K4 – обратно пропорциональны, производится корректировка производной множителем (-1)

Этап 4
Вычисление производной функции, являющейся скоростью (V_{ki}) изменения показателя k_i и приведение в сопоставимый вид

$f'(K1) \cdot (-1) = V_{k1}$
 $f'(K2) \cdot (-1) = V_{k2}$
 $f'(K3) = V_{k3}$
 $f'(K4) = V_{k4}$

Этап 5
Стандартизация скорости по каждому показателю (отношение к наихудшему значению)

$x1 = V_{k1} / V_{k1opt}$
 $x2 = V_{k2} / V_{k2opt}$
 $x3 = V_{k3} / V_{k3opt}$
 $x4 = V_{k4} / V_{k4opt}$

Этап 6
Расчет весовых коэффициентов p_i , характеризующих значимость показателей K1-K4 ($p1+p2+p3+p4=1$) и приведение V_{ki} к интегральному показателю скорости кризиса V_k

$$V_k = 1 / \sqrt{p_1(1-x_1)^2 + p_2(1-x_2)^2 + \dots + p_i(1-x_i)^2}$$

Схема расчета скорости кризиса

Предложенная методика рейтинговой оценки инвестиционной привлекательности предприятия была апробирована на ряде отечествен-

ных предприятий, проходящих процедуру банкротства, и рекомендуется к применению на стадии инициативной санации, а также судебной санации. Причем подбор параметров оценки возможен произвольный, исходя из требований заинтересованных в расчете субъектов.

Разработанная методика расчета скорости кризиса позволяет оценить состояние предприятия не в статике, а в динамике, что имеет большое значение в условиях динамичной экономической среды Республики Беларусь. Информация о скорости развития кризиса в условиях увеличения числа убыточных предприятий в стране позволит определить обоснованность оздоровления субъектов хозяйствования, предотвратить распыление ограниченных финансовых ресурсов на нецелесообразную санацию.

ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ КОНЦЕРНА «БЕЛЛЕГПРОМ»

О.Н.Жилинская

НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь

Перспективы экономического развития республики Беларусь во многом определяются конкурентоспособностью страны на мировых рынках. В современной экономической литературе снова популярностью пользуется точка зрения, выдвинутая Й. Шумпетером, согласно которой наиболее перспективным методом достижения отдельными фирмами конкурентных преимуществ является инновационная деятельность.

На наш взгляд, предприятия всех форм собственности должны руководствоваться инновационной стратегией деятельности, а предприятия частной формы собственности по своей природе (изначально) должны быть инновационны.

Внедрение инноваций в разных отраслях характеризуется различной степенью интенсивности. Наиболее технологичной отраслью в стране является промышленность, так как в ней используется 91% передовых производственных технологий. В легкой промышленности 82% составляют традиционные технологии, 18% новые, а высокие вообще не применяются. Средняя продолжительность их использования составляет 20 лет. По данным Министерства статистики инновационно активными предприятиями промышленности можно считать 325 предприятий, что составляет 13,9% от их общего количества.

Инновационная активность каждого отдельного предприятия обусловлена его финансовой достаточностью. Основным источником финансирования инноваций преимущественно были собственные средства предприятий (77,2%), средства внебюджетных фондов (5,8%), иностранных инвесторов (2,2%), республиканского бюджета (0,5%).

Таблица 1

Анализ рентабельности продукции по предприятиям «Беллепрома»

Наименование предприятий	Рентабельность, %			
	1999 г	2000 г	2001 г	2002 г
Всего по концерну	22,7	14,3	6,8	6,2
<i>Трикотажная отрасль</i>	27,7	16,9	6,2	6,1
ОАО «8 Марта», г. Гомель	18,2	15,3	6,6	-5,4
ОАО «Алеся», г. Минск	27,5	2,1	-18,5	-41,3
ОАО «Полесье», г. Пинск	29,6	19,3	5,6	*
ОАО «Купалинка», г. Солигорск	11,0	1,3	2,6	*
ОАО «Брестская ТФ «Элма»», г. Брест	26,5	6,9	-11,8	*
ОАО «Ким», г. Витебск	21,1	16,3	-4,6	-2,6

* данные отсутствуют.

На 01.01.2003 г 32,9% отечественных промышленных предприятий были убыточными, несмотря на то, что они относятся к приоритетным отраслям экономики. Наибольший удельный вес убыточных предприятий в легкой промышленности – 47,9%, промышленности строительных материалов – 45,5%, пищевой промышленности – 38,2%. Данные таблицы 1 показывают, что в отраслях легкой промышленности наблюдаются определенные проблемы на предприятиях, так как средний уровень рентабельности (основной показатель эффективности хозяйственной деятельности) продукции низкий [1; 225, 234, 246-247с.].

Довольно сложное положение обусловлено высоким уровнем физического и морального износа оборудования (табл. 2), налогового бремя, отсутствием необходимых оборотных средств, сложностями в привлечении инвестиций и получении кредитов, отсутствием мотивации к внутрифирменному предпринимательству, высокая стоимость нововведений, высокая степень экономического риска, низкий платежеспособный спрос потребителей, негибкость в управлении и т.д.

Таблица 2

Износ основных производственных фондов

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2002
В целом по народному хозяйству, %	37	41	56	60	65	68	69	71	74	78
В промышленности, %	50	60	65	68	73	75	75	75	78	80

Данные таблицы 2 свидетельствуют, что износ оборудования в промышленности имеет наибольший критический показатель, только в три-

котажной и текстильной промышленности степень износа оборудования составляет 70%. Получается замкнутый круг: для того, чтобы произвести новую, конкурентоспособную продукцию, нужно новое оборудование, технологии и методы управления, и др.; чтобы их приобрести, необходимы финансовые средства, чтобы получить последние, необходимо произвести и реализовать качественные конкурентоспособные изделия.

Литература

1. Инновационные процессы в текстильной промышленности. Сост. Л.А. Платонова. Витебск: УО «ВГТУ», 2003-248 с.

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ В ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В.В. Зазерская

*УО «Брестский государственный технический университет»,
Республика Беларусь*

Кризисное состояние жилищно-коммунального комплекса Республики Беларусь обусловлено неэффективной системой управления, дотационностью сферы и неудовлетворительным финансовым положением, высокими затратами, отсутствием экономических стимулов снижения издержек, связанных с оказанием жилищных и коммунальных услуг, неразвитостью конкурентной среды. Для ЖКХ характерны также высокая степень износа основных фондов, неэффективная работа предприятий, большие потери энергии, воды и других ресурсов.

Основными целями вывода ЖКХ из этого состояния являются повышение эффективности, устойчивости и надежности функционирования жилищно-коммунальных систем жизнеобеспечения населения, привлечение инвестиций в жилищно-коммунальную сферу, улучшение качества жилищно-коммунальных услуг с одновременным снижением нерациональных затрат, адресная социальная защита населения при оплате жилищно-коммунальных услуг.

Инструментом для реализации поставленных целей выступает применение наукоемких технологий, позволяющие сократить затратно-дотационность жилищно-коммунальной отрасли. Они позволяют значительно снизить стоимость жилищно-коммунальных услуг с одновременным повышением их качества. Однако проекты, связанные с наукоемкими технологиями требуют больших капитальных вложений.

Возможность привлечения в жилищно-коммунальный комплекс долгосрочных инвестиционных ресурсов определяется в значительной степени тем огромным потенциалом ресурсосбережения, которым обладают сегодня предприятия и организации жилищно-коммунального комплекса.

Экономическая привлекательность ресурсосберегающих проектов состоит в том, что в качестве источника погашения заемных средств, взятых на реализацию проекта, могут использоваться средства, сэкономленные в результате сокращения себестоимости коммунальных услуг. Модернизация коммунальной инфраструктуры приведет к существенному сокращению себестоимости коммунальных услуг, а модерниза-

ция жилищного фонда к сокращению потребления энергетических и материальных ресурсов.

Органы государственного управления должны создать условия для привлечения в жилищно-коммунальный комплекс инвестиционных ресурсов финансово-кредитных учреждений, других источников заемных средств путем реструктуризации и ликвидации задолженности предприятий ЖКХ, обеспечения прозрачности в сфере финансового управления, снижения рисков инвестирования и отработки механизмов привлечения заемных средств. Предприятия же должны повышать свою кредитоспособность через тарифное регулирование, договорные отношения и т.д. На данном этапе развития ЖКХ в целях нормализации расчетов, ликвидации дебиторской и кредиторской задолженности принимаются следующие меры: проводятся взаимозачеты с получением товарно-материальных ценностей, взаимозачеты с бюджетом; погашается задолженность в результате использования вексельной системы расчетов, по решению судебных органов, по договорам требования и перевода долга; также задолженность взыскивается по направлению в ГНИ перечня дебиторов в счет погашения недоимки (кредиторской задолженности) очередных платежей в бюджет внебюджетные фонды.

Субъекты хозяйствования не всегда могут финансировать крупные инвестиционные проекты по модернизации жилищно-коммунального комплекса за счет текущих доходов, а органы местного управления выделять средства из местных бюджетов. Поэтому органы государственной власти на первом этапе могли бы взять на себя предоставление бюджетных гарантий для привлечения кредитов и осуществить организационные меры по разработке стандартов, процедур и форм обеспечения привлечения заемных средств.

Проекты по модернизации жилищно-коммунального комплекса в перспективе должны финансироваться как за счет заемных ресурсов (в первую очередь частных кредиторов), так и за счет бюджетных средств, предоставляемых на безвозвратной основе. Разделение механизмов по предоставлению средств на возвратной основе и по предоставлению бюджетных финансовых средств на безвозвратной основе повысит прозрачность системы финансирования инвестиционных проектов предприятий жилищно-коммунального комплекса и ее устойчивость в силу возможности независимого функционирования.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЦЕССА

М.Т. Козинец

*УО «Брестский государственный технический университет»,
Республика Беларусь*

Для повышения конкурентоспособности отечественной экономики крайне необходимо увеличивать объем капитальных вложений в основной капитал. Среди множества параметров народнохозяйственного развития достаточно сложная ситуация фиксируется именно в данной сфере. Одной

из причин данного явления является недостаточная подготовка кадров к работе в принципиально новых условиях. В частности, на недостаточном уровне организована деятельность по общезкономическому планированию и прогнозированию, в том числе и в инвестиционной сфере.

Во-первых, на многих субъектах хозяйствования долгосрочное планирование и прогнозирование не осуществляется. В случае необходимости привлечения внешнего финансирования в условиях ограниченности собственных источников вложений в основной капитал, специалистами коммерческих организаций разрабатываются бизнес-планы или технико-экономические обоснования возврата заемных средств. Методической основой подобных документов часто служат рекомендации органов государственного управления. Так, среди них можно перечислить указания министерства экономики, отраслевые рекомендации министерства промышленности и др. Специалисты коммерческих организаций, не осуществляющие системно работу по планированию, как правило, не знакомы с подобными документами.

При возникновении необходимости разработки инвестиционных обоснований и в краткие сроки осуществить изучение их на должном уровне в силу ряда причин не представляется возможным. Вследствие этого коммерческие организации вынуждены обращаться к сторонним специалистам, чьи услуги для многих субъектов хозяйствования недоступны в силу сложного финансового положения. Таким образом, обновление капитала и внедрение концептуально новых идей низкорентабельными, а также малыми и средними субъектами хозяйствования практически невозможно. В случае, если бы планирование и прогнозирование входило в служебные обязанности работников экономических служб предприятия и являлось инструментом гибкого управления их функционирования, подобного не происходило бы.

Во-вторых, серьезным препятствием в разработке обоснований привлечения внешних источников финансирования является уровень требований к данным документам. В случае разработки последних на основании приведенных ранее нормативных документов перед субъектами хозяйствования возникают следующие трудности:

1. Отраслевые рекомендации ряда органов управления (в частности – министерства промышленности) предназначены, прежде всего, для разработки краткосрочных прогнозов развития и излишне детализированы.

Возможные выходы из данной проблемной ситуации:

- модификация обоснований применительно к возникшей ситуации в сочетании данных действий с некоторым упрощением разрабатываемых инвестиционных документов при одновременном обеспечении точного определения параметров реализации инвестиционных проектов;
- использование иных методических подходов (например – рекомендаций министерства экономики Республики Беларусь).

2. Широко применяемые методические указания министерства экономи-

ки не позволяют разработать обоснование целесообразности финансирования проектов в сфере услуг.

Возможные выходы из данной проблемной ситуации:

- адаптация существующих требований к конкретной экономической ситуации путем установления индивидуальных, в том числе и условных, норм расходов, запасов и т.п., что позволит в долго- и среднесрочном периоде получить результаты с достаточной степенью достоверности;
- разработка специализированных методических рекомендаций для субъектов хозяйствования, специализирующихся в выполнении работ и оказании услуг нематериального характера.

Кроме обозначенных проблем, могут возникать определенные трудности и при разработке обоснований предоставления внешнего финансирования, которые основываются на иных требованиях. Это проявится двойственно:

1. Вследствие упрощения предъявляемых требований большее количество субъектов хозяйствования получит доступ к внешнему заемному финансированию.

В определенном смысле это следует расценивать как положительное явление, так следствием его явится интенсификация инвестиционных процессов, обновление основного капитала и повышение уровня конкурентоспособности национальной экономики.

2. В то же время упрощение требований к предъявляемым экономическим обоснованиям может привести к необоснованному предоставлению средств, росту просроченных и невозвращенных кредитов, падению эффективности функционирования инвесторов и т.п.

Если рассматривать данную ситуацию с точки зрения необходимости достижения экономической эффективности на общенациональном уровне это может иметь негативное проявление. Результатом станет снижение совокупной возможности финансирования отечественными кредитно-финансовыми структурами экономических субъектов и понижение уровня доверия к ним.

3. Предъявляемые требования к разработке экономических обоснований предоставления заемных средств могут быть чрезвычайно индивидуализированы, что создает следующие затруднения потенциальным заемщикам:

- необходимость отвлечения специалистов на значительное время от выполнения основных текущих обязанностей на ознакомление с предъявляемыми требованиями;
- возможное несоответствие существующих наиболее распространенных программных продуктов в области бизнес-планирования, а также существующих собственных разработок в данной области и необходимость их корректировки, что связано с значительными затратами трудовых, временных и финансовых ресурсов.

Таким образом, для решения обозначенных проблем видится целе-

сообразным реализация ряда мероприятий как на микро-, так и на макроуровнях. Это:

- совершенствование работы коммерческих организаций в области организации текущего и долгосрочного планирования и прогнозирования;
- разработка и доведение до широкой экономической общественности методических рекомендаций по разработке бизнес-планов инвестиционных проектов, реализуемых в сфере услуг;
- повышение квалификации специалистов экономического профиля в области бизнес-планирования.

Литература:

1. Отраслевые рекомендации по разработке бизнес-планов организаций министерства промышленности Республики Беларусь.
2. Рекомендации по разработке бизнес-планов инвестиционных проектов/ Утв. прик. мин-ва эконом. РБ, 31 марта 1999 г. N 25.

ПРИМЕНЕНИЕ АЛГОРИТМОВ КЛАСТЕРНОГО АНАЛИЗА В ФОРМИРОВАНИИ НОРМАТИВНОЙ ШКАЛЫ ИНВЕСТИЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ СТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Н.А. Мацукевич, Э.П. Головач

*УО «Брестский государственный технический университет»,
Республика Беларусь*

Управление инвестиционной активностью предприятия предполагает разработку индекса и шкалы инвестиционной активности, которая позволит дать качественную характеристику исследуемого показателя. Нормативная шкала является результатом представления дискретных значений параметра инвестиционной активности в виде непрерывной величины, динамика которой характеризуется интервальными показателями. Формирование такого рода шкалы базируется на разбиении совокупности эмпирических данных на однородные по количественному уровню активности инвестиционной деятельности группы и характеристике выделенных групп.

В настоящее время вопросы, связанные с построением шкал активности инвестиционной деятельности строительного предприятия являются недостаточно изученными. С нашей точки зрения для этого может быть использован кластерный анализ.

Кластерный анализ — это совокупность методов, позволяющих классифицировать многомерные наблюдения, учитывая при разбиении на группы совокупности количественных значений объекта все группировочные признаки одновременно. Целью кластерного анализа является образование групп схожих между собой объектов - кластеров. В ходе анализа данные группируются вокруг нескольких центров в n -мерном пространстве. Количество выделяемых групп и их границы определяются применяемым алгоритмом кластеризации.

На основе методов кластерного анализа могут быть решены следующие задачи: проведена классификация объектов с учетом признаков, отражающих сущность, природу объектов; осуществлена проверка выдвигаемых предположений о наличии некоторой структуры в изучаемой совокупности объектов - поиск существующей структуры; построены новые классификации явлений, в случае необходимости установления наличия связей внутри совокупности и внесения в нее структуры.

Исходя из особенностей процедур кластеризации, различают два способа перебора данных: иерархические дивизимные и агломеративные алгоритмы и неиерархические алгоритмы. Наиболее распространены методы, основывающиеся на иерархической агломеративной процедуре. Несмотря на сложность выбора мер близости кластеров и негибкость иерархических классификаций, данный алгоритм имеет ряд достоинств: простота вычислений и интерпретации полученных результатов, полная информация о структуре кластеров, получаемая посредством представления кластеризации в виде дендрограммы; возможность применения метода преимущественно в исследованиях относительно небольшого числа объектов.

Кластерный анализ - совокупность действий, связанных с подбором метода агрегирования, расстояния и стандартизации переменных данных, целью которых выступает получение наиболее интерпретируемого результата - оптимального количества кластеров, наиболее полно характеризующих совокупность.

Исследование инвестиционной активности пятидесяти семи строительных предприятий РБ за период 1996 – 2003 гг. позволило сформировать банк данных количественных значений показателя, который может быть представлен как совокупность величин, характеризующих несколькими признаками – временными параметрами. Данные параметры являются основополагающими признаками выделения интервалов в процессе построения нормативной шкалы инвестиционной активности. В ходе исследования динамики инвестиционной активности на основе алгоритмов иерархической кластеризации в структуре совокупности значений было выявлено десять однородных групп. Объединение количественных значений инвестиционной активности в группы осуществляемое с помощью метода минимального локального расстояния посредством оценки их схожести на основе Евклидова расстояния, позволило получить скопления элементов шаровидной формы. Центры группировок очертили нижнюю и верхнюю границы интервалов нормативной шкалы. Адекватность количественных параметров сходства объектов достигнута путем нормировки исследуемых значений показателя на основе Z – шкалы. Анализ результатов группировки с точки зрения их оптимальности выявил необходимость сокращения интервальной составляющей нормативной шкалы инвестиционной активности путем исключения мало наполненных кластеров и кластеров, имеющих внутригрупповую дисперсию, превышающую ее межгрупповое значение (таблица 1.).

Таблица 1. Нормативная шкала инвестиционной активности строительного предприятия

Номер группы	Величина инвестиционной активности	Качественная характеристика инвестиционной активности
1	<-0,17	очень низкая
2	-0,17 - 0,00	низкая
3	0,00 - 0,18	ниже средней
4	0,18 - 1,33	средняя
5	1,33 - 1,53	выше средней
6	1,53 - 1,65	умеренно повышенная
7	1,65 - 2,78	высокая
8	>2,78	очень высокая

Литература

1. Интернет: <http://optimizer.by.ru/cluster.htm>

ИННОВАЦИОННЫЕ ЦЕНТРЫ КАК СРЕДСТВО АКТИВИЗАЦИИ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИХ РАЗРАБОТОК МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Ю.И. Меркулова

НТУУ «КПИ», Украина

За последние 5 лет уровень интеллекта многих наций нашей планеты вырос на 15 баллов (IQ). Причём наиболее интеллектуально сильной является возрастная категория 16-23 лет - период способности человека на активную мозговую деятельность – новые идеи, нестандартные исследования и открытия. Причём нереализация последних приводит к финансовым потерям экономики страны в целом.

В этом случае актуальным является создание связующего звена – инновационного центра, ориентированного на привлечение молодых учёных, талантливых студентов, а также школьников старших классов, нацеленных на коммерческий результат своих разработок. Необходимое условие существования центра – сотрудничество с технопарком и его базовыми предприятиями, которые уже успешно функционируют на рынке высокотехнологической продукции. Так как именно с поддержки и продвижения разработок для этих предприятий начинает работу инновационный центр. Также его функции охватывают процесс адаптации молодых специалистов к выполнению разработок, формирования тематики проектов для творческого коллектива, помощи в сотрудничестве коллектива с технопарком в вопросах подготовки индивидуальных бизнес-планов и консультирования по планированию собственного бизнеса. То есть, работая в инновационном центре, его участники имеют возможность развивать свои творческие идеи и профессиональный опыт, а также получать помощь по получению прав на интеллектуальную собственность.

Наиболее важным проблемным аспектом работы центра является финансирование подготовленных проектов. Ведь коммерциализация научно-технических исследований – это область, где перспективы не гарантированы, а степень риска выше среднего. Из каждых 100 научно-технических проектов после финансирования и реализации 80 погибает, зато остальные 20 приносят своим вкладчикам до 2000 % прибыли [2]. Но в область, где нет гарантий и собственного капитала, а имеет место

создание специальной фирмы под абсолютно новую идею, при объективных условиях банковский капитал не придёт.

В такой ситуации единственно возможным вариантом остаётся венчурное (рисковое) финансирование, которое не требует гарантий и залогов, чем выгодно отличается от банков. Но беря на себя высокий риск, венчурный инвестор ожидает и высокую прибыль. В условиях развитой рыночной экономики требуемая отдача на венчурные инвестиции должна составлять от 30 до 60 % [3]. На постсоциалистическом пространстве, как считают западные эксперты, с учётом всех существующих рисков, норма отдачи должна быть значительно выше.

На практике для малых предприятий инвестиции направляются в виде инвестиционного кредита на срок от 3 до 10 лет. Но венчурный инвестор существенно отличается от «стратегического инвестора» или партнёра, так как стремится контролировать предприятие менее чем на 50 %, то есть заинтересован в финансовых стимулах для самого владельца. Предприятия, которые организуются вследствие работы инновационного центра можно разделить на 2 типа: seed – только проект, который необходимо профинансировать для проведения дополнительных исследований или создания пилотных образцов продукции перед выходом на рынок; start-up – недавно образованная компания, требующая финансирования для проведения научно-исследовательских работ и начала продаж.

Своеобразным аккумулятором денежных средств венчурных инвесторов являются венчурные фонды – посредники между коллективными инвесторами и предпринимателем. Повсеместно принята практика регистрации коммерческих венчурных фондов в оффшорных зонах для того, чтобы избежать двойного налогообложения и упростить процедуру оформления. Именно поэтому наблюдается объективная необходимость создания государственных фондов, финансирование которых осуществляется из бюджета. Подобные фонды уже длительное время функционируют на территории Российской Федерации. Их финансирование достигает 1,5 % средств федерального бюджета на гражданскую науку, что составляет мизерную часть от потребностей и не распространяется на финансирование технопарков и инновационного фонда. В Украине только в 2004 году был создан венчурный фонд, который ещё не приступил к непосредственной работе. Среди основных целей этого фонда – прямое инвестирование и гарантирование банковских кредитов, не планируется помощь или частичное субсидирование работы технопарков, организации инновационных центров. Хотя эти процессы существенно бы повысили эффективность внедрения венчурного капитала в Украине. Ведь без этих элементов конечный процесс венчурования останется без научно-технической базы. Центральное место в которой могут занимать инновационные центры.

Литература

1. <http://www.tech-park.ru>
2. Венчурное финансирование инновационных проектов/ Сост. А.М. Балабан, М.А. Балабан. М.: АНХ, 1999.
3. Венчурное финансирование: теория и практика/ Сост. Н.М. Фонштейн. М.: АНХ, 1998
4. <http://www.inauka.ru/blogs/article50732.html>

НОВАЦИЯ ИЛИ НЕОБХОДИМОСТЬ: ДОЛЖНОСТЬ КОРПОРАТИВНОГО СЕКРЕТАРЯ

Н.С. Поливникова

*Московский институт коммунального хозяйства и строительства,
Россия*

В принятом российском Кодексе корпоративного поведения прослеживается ряд новаций, связанных с усовершенствованием процедур корпоративного управления и обеспечением прав и интересов акционеров. Одна из таких новаций – введение понятия «корпоративный секретарь акционерного общества».

В отличие от России, на Западе институт корпоративных секретарей имеет достаточно давнюю историю. Корпоративные секретари органично встроены в систему корпоративного управления и выполняют ряд важных функций, связанных с регулированием корпоративных отношений.

Для российских акционерных обществ институт корпоративного секретаря представляет собой новое явление, однако он хорошо известен во многих странах, причем не только в высокоразвитых. Конкуренция в сфере привлечения иностранных инвестиций побудила правительства Индии, Малайзии, Таиланда, Филиппин и других государств с формирующимися рынками, проделать значительную работу по усовершенствованию корпоративного управления и введению должности корпоративного секретаря в публичных компаниях. Основная задача корпоративного секретаря - поддерживать эффективное взаимодействие сторон корпоративных отношений (акционеров, топ-менеджмента и совета директоров) и тем самым обеспечивать соблюдение должностными лицами компании и ее органами управления тех требований, с помощью которых реализуются законные права и интересы владельцев акций.

За последние годы ряд российских компаний существенно улучшили практику своего корпоративного управления. Одним из проявлений развития этой практики стало появление нового должностного лица - корпоративного секретаря.

Как показало исследование практики корпоративных секретарей в России, проведенное Российским институтом директоров совместно с Международной финансовой корпорацией, такая должность, или аналогичная ей, существует в 63% обследованных компаниях (общее численность акционерных обществ, принявших участие в опросе - более 100). Кроме того, более 2/3 респондентов считают, что результаты работы этого института позволяют говорить о том, что он способствует повышению эффективности корпоративного управления.

Результаты проведенного опроса и анализ содержания работы корпоративных секретарей показывают, что эта деятельность включает в себя знание корпоративного права, организации управления, коммуникативных технологий, психологии и некоторых других. Подтверждением является тот факт, что в ряде российских компаний эта должность предусматривает достаточно высокое вознаграждение.

Отметим, что специфика выполняемых корпоративным секретарем обязанностей определяется особенностями конкретной компании и той

юрисдикцией, в рамках которой она функционирует. Выделим самые главные и общие для всех акционерных обществ функции секретаря:

- подготовка и обеспечение проведения заседаний советов директоров и комитетов советов директоров;
- подготовка и обеспечение проведения собраний акционеров;
- ведение корпоративных протоколов, обеспечение их сохранности и доступа к ним в случаях, предусмотренных законом и внутренними положениями компании
- оказание профессиональной помощи и предоставление консультаций членам совета директоров, менеджерам и акционерам;
- взаимодействие с регулирующими органами, аудиторами, кредиторами и другими заинтересованными сторонами;
- обеспечение соблюдения компанией соответствующего законодательства.

Немаловажную роль должность корпоративного секретаря играет в поддержке эффективного функционирования совета директоров (далее по тексту СД). Именно это лицо следит за тем, чтобы СД использовал надлежащие процедуры работы. Поэтому секретарь отвечает за уведомление директоров о предстоящих заседаниях совета директоров и его комитетов, помогает сформулировать повестку дня и следит за тем, чтобы она была логически выстроена, присутствует на заседании и ведет протокол. Выступает гарантом своевременного предоставления всем членам СД систематизированной информации в необходимом объеме.

Кроме того, предоставляя консультации по правовым вопросам, секретарь должен привлекать внимание членов СД к возникающим в акционерном обществе проблемам и связанным с ними рискам. Следовательно, он обязан знать обо всех внутрикорпоративных событиях и изменениях, которые происходят в законодательстве и способны повлиять на деятельность компании. Секретарь следит за тем, чтобы все составляемые в СД документы соответствовали требованиям закона. Выполняя административные функции, секретарь помогает новым директорам разобраться в особенностях бизнеса корпорации и процедур деятельности СД, а также выявляет необходимость проведения обучающих тренингов - как индивидуальных, так и коллективных. Наконец, корпоративный секретарь вправе вносить предложения о формировании комитетов СД, их составе и принципах функционирования. Права, обязанности и размер вознаграждения секретаря компании закрепляются в контракте.

Таким образом, корпоративный секретарь в одном лице совмещает функции трех секретарей: секретаря наблюдательного совета, секретаря правления и секретаря общего собрания акционеров.

СТРАТЕГИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

О.О. Порошина

Научно-исследовательский экономический институт Министерства экономики, г. Минск, Республика Беларусь

Состояние инновационной деятельности в любом государстве является важнейшим индикатором развития общества и его экономики. Вместе с тем уровень инновационной активности в республике продолжает оставаться достаточно низким. Так, доля инновационно активных

предприятий в промышленности республики снизилась с 13,9% в 2002 г. до 13,6% в 2003 г.

Однако конкурентоспособность промышленных предприятий связана не только с внедрением новых технологий, новых технических средств и продуктов, но и применением эффективных схем управления. Для поддержания конкурентоспособности товаров необходимы стратегическая и тактическая программы развития бизнеса, постоянное исследование потребительского рынка. Именно в таком подходе заложен успех развития предприятий, независимо от их национальной и отраслевой принадлежности.

В то же время одним из основных недостатков отечественной организации инновационной деятельности является неэффективная работа маркетинговых подразделений. Положение в данной сфере характеризуют следующие данные: из 314 промышленных предприятий республики, занимавшихся инновационной деятельностью в 2003 году, 63,6% приобрели оборудование, 50,3% разработали новую продукцию и лишь 16,6% осуществляли маркетинговые исследования. Таким образом, нынешняя ситуация обуславливает выбор предприятий в пользу текущего, а не перспективного потребления.

Для обеспечения конкурентных преимуществ предприятия рекомендуется формирование стратегии развития хозяйствующего субъекта, основанной на использовании рыночного и ресурсного подходов. Первый сосредоточен на действиях, которые обеспечат успех предприятия в стратегической перспективе, второй — в тактическом периоде.

При рыночной ориентации фирма четко нацелена на рынки сбыта. Основу рыночного подхода составляют знания, которые можно извлечь из информации, характеризующей взаимосвязи рынка и результаты деятельности предприятия, а также их объективная интерпретация.

При ресурсной ориентации в качестве основного фактора успеха предприятия выступают ресурсы, а также управление ими. Эффективное комбинирование материальных и нематериальных ресурсов позволяет получить и сохранить конкурентные преимущества.

Рыночный подход ориентирует предприятие на новые продукты, тогда как ресурсный подход, в основном, сосредоточен на поиске новых ресурсов. Оба эти момента чрезвычайно важны, и нецелесообразно пренебрегать одним из них в пользу другого. Необходимо их рациональное сочетание, которое сможет обеспечить получение предприятием конкурентных преимуществ.

Концепцию, в которой сопоставляются ресурсы, обеспечивающие конкурентные преимущества, и рынки предприятия, можно представить в виде ресурсно-рыночной матрицы. Матричная концепция проводит различие между имеющимися и вновь разрабатываемыми ресурсами и рынками. В результате такого подхода образуются четыре сегмента (рис. 1).

Предприятию рекомендуется использовать две следующие основные стратегии. Так, с одной стороны, можно использовать имеющиеся конкурентные преимущества, базирующиеся на ресурсах, и расширять их в направлении территориально новых рынков. С другой стороны, руководство предприятия предвосхищает, какой станет потребность в ре-

сурсах на качественно новых рынках в будущем. Исходя из этого принимается решение, какие ресурсы и как развивать.

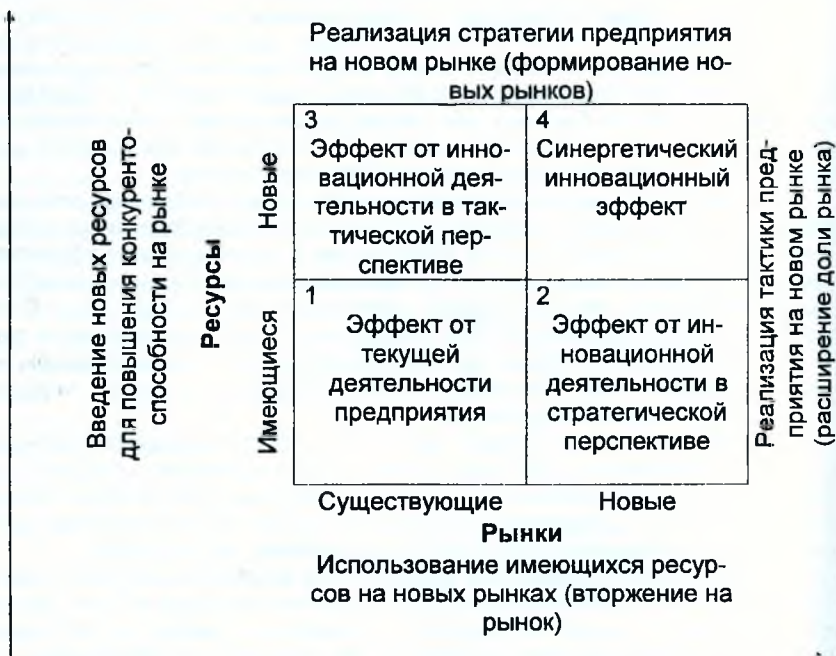


Рис.1 Матрица направлений реализации инновационных возможностей

В каждом конкретном случае формирования программ развития отдельных предприятий возможно использование локальных стратегий, соответствующих определенным сегментам матрицы.

Используя преимущества каждого из подходов для достижения наиболее позитивного результата, возможно получить так называемый синергетический эффект инновационного развития, который обеспечивается рациональным сочетанием новых продуктов и новых ресурсов.

Изложенные рекомендации целесообразно использовать при разработке стратегии развития промышленных предприятий, их различных объединений и экономических систем более высокого уровня сложности.

КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ НАУЧНЫХ РАЗРАБОТОК: РОЛЬ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

А.А.Слонимский

Научно-исследовательский экономический институт
Министерства экономики, г.Минск, Республика Беларусь

Развитие научно-технической деятельности ранее традиционно рассматривалось применительно к ее четырем основным сферам, представлявшим относительно обособленные элементы в общей структуре органи-

зации науки: академической, вузовской, отраслевой и производственной (заводской). Между тем экономические реформы создали новую ситуацию. В 1990-е годы возник и развился новый вид организационно-экономических форм научно-технической деятельности, обозначаемый обычно как инновационное предпринимательство. Оно развивается преимущественно в форме малых инновационных предприятий (МИП), а в последние годы и создаваемых на их базе ассоциативных структур. Объект такого предпринимательства – продвижение научной идеи от ее предложения учеными до практического воплощения в требующихся масштабах.

За период 1997-2002 гг. количество инновационных фирм в общем количестве малых предприятий в Беларуси уменьшилось с 2,8 до 1,2%, а численность занятых в них к общему количеству работающих на малых предприятиях - с 2,7 до 0,8% (табл.1). В 2003 – 2004 гг. в сфере инновационного предпринимательства сохранилась негативная тенденция его сокращения относительно всего сектора малых предприятий республики. Средняя численность работающих на одном МИП за пять лет (с 1998 г. по 2003 г.) снизилась с 12 до 8 чел.

Таблица 1

Малое инновационное предпринимательство

Показатели	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Количество малых предприятий, ед.	21279	24061	26787	25706	25404	26849
в том числе осуществляющих научно-техническую деятельность	601	537	503	412	348	317
в % к общему числу малых предприятий	2,8	2,2	1,9	1,6	1,4	1,2
Численность работников, чел.	232100	280500	326900	291235	291500	308647
в том числе на предприятиях, осуществляющих научно-техническую деятельность	6200	6600	5680	3160	2782	2500
в % к численности работающих на малых предприятиях	2,7	2,4	1,7	1,1	1,0	0,8

К числу основных функций, выполняемых малыми фирмами по активизации процессов практического использования результатов исследований и разработок, можно отнести:

- выявление перспективных исследований и разработок, отвечающих технологическим потребностям различных отраслей и отдельных предприятий;

- помощь научным организациям, промышленным предприятиям и отдельным изобретателям в доводке, освоении разработок и подготовке их к использованию с учетом конкретных требований заказчика;

- составление научно обоснованных проектов доведения до промышленной и коммерческой реализации невостребованных технологических заделов;

- поиск потенциальных партнеров, установление контактов между заинтересованными учреждениями: научно-исследовательскими институтами, вузами, промышленными предприятиями и государственными ведомствами;

- организация субсидирования экономического риска при разработке и внедрении технических и технологических новшеств, а также информационные, юридические и другие формы содействия продвижению нововведений на рынок.

Сейчас в Беларуси практически отсутствуют малые инновационные предприятия, выполняющие только научно-инновационные функции. Нестабильное экономическое положение, отсутствие внешней финансовой поддержки и собственного начального капитала вынуждают их заниматься посредническими и коммерческими операциями.

С точки зрения обеспечения занятости, малые инновационные предприятия не являются приоритетной сферой, и численность работающих в них не представляет собой заметной величины. Характерно, что статистика стран с развитой рыночной экономикой не ведет учета таких предприятий именно по этой причине. Однако косвенное воздействие на занятость малое инновационное предпринимательство может оказать весьма значительное. Благодаря присущей ему эффективности, создаваемые им научно-технические результаты обладают высокой практической ценностью и конкурентоспособностью, что делает его привлекательным для освоения производством при осуществлении прогрессивных структурных изменений в экономике.

ВЛИЯНИЕ УРОВНЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРОВЕДЕНИЕ ЕГО АКЦИОНИРОВАНИЯ

Е.В. Черноокая

*УО «Брестский государственный технический университет»,
Республика Беларусь*

Акционерная форма собственности считается наилучшей организационно-правовой формой для средних и крупных предприятий в условиях переходной экономики, т.к. способна наилучшим образом обеспечить концентрацию и движение капитала.

Государственные предприятия, испытывающие дефицит инвестиционных ресурсов, смогут воспользоваться акционерными инвестициями только при условии преобразования их в АО. В то же время акционирование предприятия не тождественно инвестированию в его производство. Для привлечения реальных инвестиций необходимо реализовать акции на первичном рынке ценных бумаг.

Важнейшим условием успешного акционирования является инвестиционная привлекательность предприятия. Можно выделять три уровня инвестиционной привлекательности предприятия:

- недостаточный уровень инвестиционной привлекательности (НУИП);
- удовлетворительный уровень инвестиционной привлекательности (УУИП);
- достаточный уровень инвестиционной привлекательности (ДУИП).

Предприятия с НУИП – это нерентабельные, финансово неустойчивые предприятия. Риск вложений в них велик, а прибыль незначительна. Такие компании не рекомендуется акционировать, т.к. вероятность привлечения инвестиционных ресурсов для коренной перестройки производства не велика.

Для предприятий с УУИП характерны невысокая прибыльность или недостаточная финансовая надежность, но существует возможность улучшения этих показателей при привлечении инвестиций в производство. Для таких предприятий рекомендуется включение инвестора в процесс акционирования уже на ранних стадиях по схеме, представленной на рис. 1.



Рис. 1. Схема акционирования с участием инвесторов в уставном фонде образующего АО.

Государственное предприятие преобразуется в акционерное общество, учредителями которого наравне с государством являются внутренние и внешние инвесторы. При этом внешним инвесторам отводится наиболее значимая роль, т.к. в качестве вклада они вносят необходимые предприятию реальные инвестиции в любой форме, не противоречащей законодательству Республики Беларусь. Взамен получают акции созданного АО. В качестве вклада государства в уставной фонд АО выступают внеоборотные и оборотные активы преобразуемого предприятия за вычетом заемных средств и кредиторских обязательств, некоторых видов долгосрочных финансовых вложений, а также стоимости объектов интеллектуальной собственности, объектов социальной и инженерной инфраструктуры. Порядок расчета величины вклада государства и иных учредителей определен в Положении о порядке формирования уставного фонда открытого акционерного общества, создаваемого в процессе разгосударствления и приватизации государственной собственности, утвержденным постановлением Минэкономики от 28.02.2002 N 37. Осуществление акцио-

нирования по такой схеме позволит повысить эффективность деятельности предприятия, что повлечет рост рыночной стоимости акций и их инвестиционную привлекательность. Государство сможет реализовать свои акции на вторичном рынке по цене большей, чем номинал.

Предприятия с ДУИГ обладают высокой рентабельностью и надежностью финансовых вложений. Акционирование таких предприятий наиболее целесообразно, т.к. их акции будут иметь высокую привлекательность для инвесторов и могут быть успешно реализованы государством после завершения процедуры акционирования на вторичном рынке ценных бумаг. Средства от продажи акций первой эмиссии не могут быть использованы предприятием в качестве инвестиций в собственную производственно-хозяйственную деятельность, т.к. направляются в доход государства, а, значит, не оказывают влияния на объем чистой прибыли и дивидендов. Источником привлечения инвестиций могут служить средства от продажи акций дополнительной эмиссии, которые инвестируются в активы акционерного общества и при эффективном их использовании увеличивают чистую прибыль предприятия и объем дивидендов. С другой стороны, эти средства включаются в собственный капитал предприятия, увеличивая стоимость акционерного капитала.

Литература.

1. Акционерное дело / Под ред. В.А. Галанова. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 544 с.

ФИНАНСИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ В ОСНОВНОЙ КАПИТАЛ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ

Л.В. Чуркина

*УО «Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины»,
Республика Беларусь*

Основные направления инвестиционной деятельности предприятий и формы их осуществления определяются реальными источниками финансирования, которыми располагают предприятия, а также его возможностями по использованию этих средств.

Оценка финансирования инвестиций в основной капитал на предприятиях осуществлялась на основе данных анкет, представленных ими в рамках Республиканской системы «Мониторинг предприятий». Опросом был охвачен 161 субъект хозяйствования.

Данные опроса показали, что в 2003 году у 22,7 % исследуемых предприятий инвестиционная деятельность отсутствовала полностью.

Для большинства предприятий республики основным мотивом инвестиционной деятельности остается поддержание производственных мощностей, поскольку износ активной части основных фондов во всех отраслях экономики превысил критический уровень. Поэтому основной формой использования инвестиционных ресурсов являются вложения в машины и оборудования и в меньшем объеме вложений в здания и сооружения. Так,

доля предприятий, направивших инвестиции в машины и оборудование составляла 76,4 процента, в здания и сооружения – 33,8 процента.

В 2003 году субъекты хозяйствования при финансировании инвестиций в основной капитал использовали следующие инвестиционные ресурсы (данные приведены в процентах к общему числу опрошенных предприятий):

1. Собственные источники инвестиций в основной капитал:

- прибыль 36,9 %;
- амортизационные отчисления 82,6 %;

2. Кредиты банков 24,0 %.

Средства амортизационных фондов в качестве источника финансирования инвестиций в 2003 году использовали 82,6 процента предприятий. Во всех отраслях за 2003 год снизилась доля предприятий, финансирующих инвестиции за счет прибыли, и составила в целом 36,9 процента. Кредиты банков являются третьим по распространенности источником финансирования инвестиций. В 2003 г. доля предприятий, осуществлявших инвестиции за счет кредитов банков, составила 24 процента.

Таким образом, в 2003 году наблюдается некоторое оживление инвестиционной деятельности предприятий республики. Этому способствовало улучшение макроэкономических условий, в частности, замедление инфляционных и девальвационных процессов, проводимая денежно-кредитная политика, обеспечивающая плавную и предсказуемую динамику курса белорусского рубля на всех сегментах валютного рынка, существенная кредитная поддержка банками реального сектора экономики при последовательном снижении процентных ставок по долгосрочным (инвестиционным) кредитам.

В 2003 году на предприятиях республики преобладает экстенсивная направленность инвестирования в основной капитал, что является следствием острой ограниченности источников финансирования инвестиций. Поэтому, изучая структуру инвестиционных ресурсов предприятия необходимо учитывать систему объективно существующих ограничений по их использованию.

Объем внешних источников финансирования инвестиций ограничен максимально возможными объемами кредитов, процентными ставками по ним, кредитоспособностью заемщиков и необходимостью предприятий выполнять целевые показатели структуры капитала. Принимая решение о выборе заемных ресурсов также необходимо сравнивать уровень затрат по их привлечению с прогнозируемой рентабельностью инвестиций. Из-за неограниченности источников внешнего финансирования и из-за низкой кредитоспособности предприятий основными источниками финансирования инвестиций в основной капитал предприятий по-прежнему остаются собственные средства. Однако начисленных амортизационных отчислений для своевременного обновления основ-

ных фондов недостаточно. Кроме того, начисленные средства не в полном объеме направляются на инвестиции, так как из-за недостатка оборотных средств, предприятия используют их на текущую деятельность. Чистая (нераспределенная прибыль) как источник расширенного воспроизводства основных фондов может использоваться при условии её наличия, и согласии руководства (акционеров) предприятия направлять её на финансирование инвестиционных проектов. В то же время на способность субъекта хозяйствования генерировать собственные финансовые ресурсы всё еще негативно влияет высокая налоговая нагрузка, низкая рентабельность, высокая затратность деятельности предприятий.

Важнейшим фактором экономической эффективности инвестиционной деятельности предприятий является разработка оптимальной структуры источников финансирования инвестиций. От успешного решения данной проблемы во многом зависит успех инвестиционной стратегии организации, что предполагает проведение всестороннего экономического анализа возможных вариантов финансирования и принятия на его основе адекватных управленческих решений.

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПОЛИТИКА РЕГИОНА КАК ОСНОВА ИНВЕСТИЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Т.М. Шоломицкая

*УО «Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины»,
Республика Беларусь*

Условием реализации инновационной стратегии развития экономики Республики Беларусь является увеличение инвестиционного потенциала субъектов хозяйствования. Ведущая роль в повышении инвестиционной активности белорусских предприятий принадлежит республиканским и региональным институтам государственного управления.

Недостаток собственных денежных средств субъектов хозяйствования на финансирование технологических инноваций стал основной причиной ситуации, когда у 125 предприятий в течение последних трех лет не были начаты, прекращены или, в лучшем случае, приостановлены 287 инновационных проектов.

Инвестиционная активность предприятий обусловлена не только отраслевыми, но и региональными особенностями, что находит отражение в государственных, отраслевых и региональных научно-технических программах, инновационных проектах в социальной сфере, а также в заданиях их научного обеспечения. Однако, с учетом заключительных поступлений в январе 2004 года средств, Министерство финансов лишь на 84,3 % выполнило запланированные на 2003 год обязательства по финансированию данных программ и заданий. Очевидна стратегическая важность привлекаемых для выполнения программ средств областных бюджетов и других источников.

Крайне важен учет региональных особенностей предприятий районов, являющихся экологодестабилизированными. Так, инвестиционная политика Гомельской области должна учитывать не только требования экономического роста, но и необходимость перепрофилирования производства сельскохозяйственной продукции, снижения трудоемкости на промышленных предприятиях, находящихся в наиболее пострадавших от радиационного загрязнения районах. Многие исследователи отмечают, что все еще не имеется четкой концепции развития пострадавших районов. По-прежнему существует директивное доведение планов по производству сельскохозяйственной продукции. Не востребованы рекомендации ученых по перепрофилированию традиционных видов сельскохозяйственной продукции на производство семян, плодово-ягодных, лесных саженцев.

Выработке инвестиционной политики региона должен предшествовать анализ степени взаимосвязи экономического роста и инвестиций. Так, экстенсивный тип роста характерен для легкой и химической промышленности Гомельской области, машиностроения, производства стройматериалов; инвестиционно-зависимый тип роста – в деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности, черной металлургии, в строительстве и транспортной отрасли; инвестиционный тип роста присущ нефтеперерабатывающей, топливной отраслям, цветной металлургии, пищевой промышленности.

Мировая практика выработки инвестиционной политики депрессивных регионов предполагает следующие уровни санации:

- консервацию депрессивного состояния, при которой средства внешней поддержки препятствуют дальнейшей деструкции не устраняя ее причин;

- реструктуризацию, то есть трансформацию экономического потенциала, социальную разгрузку территории.

Теория управления экологодестабилизированными регионами выработала ряд принципов проведения инвестиционной политики:

- выбор приоритета инвестирования;
- принцип многоуровневой поддержки, предполагающий выделение зон совместных действий республиканских и местных органов власти и зон исключительной компетенции;

- принцип концентрации ресурсов;
- принцип упреждающих действий, предполагающий опережение и упреждение новых депрессивных ситуаций;

- принцип контролируемости – реализация инвестиционных проектов должна анализироваться с помощью специфических индикаторов, быть управляемой.

Длительность проведения санации депрессивного региона зависит от интенсивности проводимых воздействий. Вариант энергично проводимых акций предполагает наличие обеспеченной ресурсами про-

граммы инвестирования и соответствующих организационно-правовых механизмов. Режим взлотекущего процесса характеризуется отсутствием взвешенных программ инвестирования, необходимых ресурсов и механизмов, а также переоценкой организаторами санации возможностей разрешения депрессивной ситуации.

Важным является выбор эффективных инвестиционных проектов. Анализ альтернативных проектов должен учитывать финансовую неопределенность и риск. Современные методики предлагают различные подходы к оценке однопериодных и многопериодных инвестиционных проектов, программ, находящихся на самофинансировании, со смещенным и внешним способами финансирования.

Повышение инвестиционной активности субъектов экономики Гомельской области требует, прежде всего, снятия ограничений саморазвития создания стимулов нормальной воспроизводственной деятельности системного подхода к выбору приоритетов развития.

ФИНАНСОВО – ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕХОДА К РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ В ЦВЕТНОЙ МЕТАЛЛУРГИИ

Х. Дья, Ю.Н. Райков, А.М. Галкин

*Ченстоховская политехника г. Ченстохова, Польша
ОАО «Институт цветметобработка» г. Москва, Россия*

1. Введение.

Цветная металлургия России с 1991г. находится в сложных условиях становления рыночной экономики. Вплоть до 1996г. непрерывно и существенно снижались объемы выпуска проката тяжелых и легких цветных металлов во всем ассортиментном спектре. Особенно резкое падение выпуска продукции наблюдалось по прокату из бронзы и сплавов никеля в связи с резким сокращением заказов от наукоемких и высокотехнологичных машиностроительных отраслей. Начиная с 1997г. наметилась определенная стабилизация выпуска латунного и медного проката, сплавов цинка и медноникелевых сплавов [1] и все же обвальная либерализация цен на продукцию цветной металлургии, несовершенная налоговая и кредитно-финансовая системы и в последние годы отрицательно сказываются на производственно-хозяйственной деятельности предприятий по обработке цветных металлов (ОЦМ).

2. Особенности ценообразования в российской металлургии.

Темпы роста затрат на производство и реализацию проката из цветных металлов и сплавов в последние годы резко увеличились. В значительной степени это связано с ростом цен на сырье, материалы, энергоносители, транспортные услуги и с прямой зависимостью металлургии от ценовой политики естественных монополий. При этом темпы роста цен на продукцию и услуги отраслей-монополистов постоянно превышают темпы роста цен на металлпрокат.

Очевиден и явный дисбаланс структуры себестоимости и отпускных

цен на продукцию предприятий ОЦМ. Так, уровень оплаты труда в них как минимум в 3-4 раза ниже уровня, характерного для развитых стран. Доля затрат на сырье и основные материалы в себестоимости металлопроката за эти годы уменьшилась с 80-85% до 60-70%. Такое снижение связано прежде всего с падением производства и реализации продукции, поскольку постоянные расходы, не связанные с объемами производства, остались примерно на том же уровне. Практически на всех заводах ОЦМ заметно возрос уровень общепроизводственных и особенно общехозяйственных расходов. Если в 1990г. общехозяйственные расходы по предприятиям ОЦМ составляли 2-3% полной себестоимости продукции, то в последние годы они стабильно держатся на уровне 12-14%. Специфической особенностью металлургических предприятий является большой удельный вес основных фондов в общей структуре активов [2]. Соответственно и уровень амортизационных отчислений в общей структуре затрат достаточно высок. Это и определяет размер постоянных затрат на производство и реализацию металлопроката. Кроме того, постоянные затраты в меньшей степени поддаются быстрому изменению. Поэтому металлургические предприятия, имеющие высокий коэффициент операционного рычага, теряют гибкость в управлении своими издержками [3].

Тревожным симптомом является падение на заводах ОЦМ доли амортизации в общей сумме затрат. Явно назрела необходимость в очередной переоценке основных фондов, что позволит увеличить объем амортизационных отчислений и в известной степени облегчить процесс обновления основных фондов предприятий. Крайне высокий износ основных фондов в металлургии неизбежно приводит ко все более негативным последствиям. Это связано не только со значительными издержками на ремонт и обслуживание изношенного оборудования, но и с ростом опасности аварий и техногенных катастроф в ближайшем будущем.

3. Анализ финансовых показателей предприятий ОЦМ.

Данные бухгалтерской отчетности предприятий ОЦМ показывают, что имущество (активы) в целом имеет тенденцию к увеличению. Росте активов произошёл за счет увеличения стоимости оборотных средств, некоторого оживления деловой активности после августа 1998г. и под влиянием инфляции. В то же время стоимость «неподвижного» имущества несколько снизилась (на 12-14%) за счет уменьшения объемов основных средств. Причиной этому явилось не только старение основных фондов, но и вынужденный выход из оборота части производственного оборудования из-за его незагруженности и налогового давления.

Положительным можно считать увеличение ликвидных активов, произошедшее в основном за счет дебиторской задолженности. Показатели ликвидности предприятий ОЦМ, позволяющие определить их способность оплатить краткосрочные обязательства, также имеют некоторую тенденцию к улучшению. Однако эти показатели по-прежнему остаются ниже рекомендуемого уровня, поэтому назвать предприятия ОЦМ

надежно платежеспособными пока нельзя.

Состав источников финансирования заводов цветной металлургии характеризуется тенденцией к уменьшению доли собственного капитала в общей сумме источников (с 65-70% в 1998г. до 32-35% в 2003г.). Это привело к росту удельного веса кредиторской задолженности с 42% в 1998г. до 56-57% в 2003г. Уровень рентабельности активов был отрицательным, поскольку величина банковского процента по ставке рефинансирования ЦБ РФ значительно превосходит показатели рентабельности большинства заводов ОЦМ.

Как известно, материальные оборотные средства можно обеспечить в том числе и за счет неплатежей, а также бартера, векселей, взаимозачетов. Можно воспользоваться также и внутренними источниками пополнения оборотных средств – прибылью. Однако такой источник на большинстве предприятий отсутствует.

Литература

1. Райков Ю.Н. Экономика предприятий обработки цветных металлов – М.: Интермет Инжиниринг, 2003, 336с: илл.
2. Юзов О.В., Седых А.М. Анализ производственно – хозяйственной деятельности металлургических предприятий – М.: МИСиС, 2002, 360с.
3. Шерemet A.Д., Сайфулин P.С., Негашков E.В. Методика финансового анализа – М.: ИНФРА-М, 2002, 208с.

РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ СТРОИТЕЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА

П.Н. Иваровский

РУСП «Стройтрест № 8»

Строительно-монтажные организации должны иметь определенную величину прибыли. Она является источником развития организации и стимулирования труда работников. Прибыль может быть получена от реализации строительно-монтажных работ или услуг, от внереализационных доходов и от прочей реализации.

Основная масса прибыли получается от реализации строительно-монтажных работ. Она рассчитывается от величины плановых накоплений и снижения себестоимости по статьям затрат (материалы, заработная плата, эксплуатация машин и механизмов, накладные расходы). Однако по сумме прибыли сложно определить эффективность работы организации. Для нормальной работы минимальная рентабельность строительной организации должна быть не менее 10 - 12%.

Эта величина определяется направлениями использования прибыли, из которой организации платят налоги на недвижимость, прибыль, местные, пополняют собственные оборотные средства, содержат социальную сферу. На эти цели уходит 3 - 6% рентабельности в зависимости от наличия объектов социальной инфраструктуры и собственной производственной базы. На обновление основного капитала нужно 3 - 4% рента-

бельности и на создание фонда потребления 2 – 3%. Составим таблицу 2 распределения балансовой прибыли от реализации

Таблица 1 (млн. руб.)

№ п/п	Наименование	при 3% рентабельности	при 6,3% рентабельности
1	2	3	4
1	Прибыль от реализации	344	699
2	Налог на недвижимость	130-150	130-150
3	Налог на прибыль 24 % Остаток	(344-140) 0,24=49 159	(699-140) 0,24= =134 425
4	Местные налоги 4% Остаток	6 153	17 408
5	Отчисления городским унитарным предприятиям 5% при рентабельности до 20% Остаток	8 145	20 388
6	Фонд пополнения собственных оборотных средств 30%	44	116
7	Экономические санкции	15	15
8	Пени, штрафы, неустойки	10	10
9	Содержание собственного жилого фонда Остаток	50-100 среднее 75 1	50-100 75 172
10	Фонд накопления 60%	0,6	103
11	Фонд потребления 40%	0,4	69

Экономические санкции, пени, штрафы и неустойки взяты для примера у хорошо работающих трестов. У большинства же трестов суммы их значительно выше.

Фонд пополнения собственных оборотных средств при рентабельности в 3% получился в 44 млн. руб., а при 6,3 % - 116 млн. руб. Много это или мало?

Рост индекса цен на строительные материалы с декабря 2003 года по сентябрь 2004 года составил 121,26% (с 1616,675 до 1960,397).

Среднее выполнение в месяц составляет $11,8 : 9 = 1,31$ млрд. руб.

Удельный вес материалов, изделий и конструкций составляет по данным РНТЦ 55%. Расход материалов в месяц составит $1,31 \times 0,55 = 0,72$ млрд. руб., т.е. 720 миллионов рублей.

Материалы подорожали на сумму: $\frac{720 \times 21,26}{100} = 153$ млн. руб.

Пополнение собственных оборотных средств произошло в строительных организациях Брестской, Витебской, Гомельской, Могилевской областях всего на 44-50 млн. руб. Каждая строительная организация уменьшила свои оборотные средства не менее чем на 100 млн. руб. (153-50).

В среднем по Минстройархитектуры уменьшение собственных оборотных фондов произошло на $153-116=37$ млн. руб. Если учесть, что такая картина (а она в прошлые годы из-за огромной инфляции была ещё значительно хуже) была на протяжении последних 13 лет, то в среднем по Минстройархитектуры в каждом строительном предприятии недостаток собственных оборотных средств составит не менее чем по 481 млн. руб. (13x37). Это - теоретическая величина. Фактически многие тресты имеют недостаток собственных оборотных средств в 1-1,5 млрд. руб. К расчетной величине недостатка собственных оборотных средств добавляется перерасход по фонду потребления. Это 150-200 млн. руб. в год.

Литература.

1. Беригольц С.Б., Мельник М.В. Методология экономического анализа хозяйствующего субъекта. - М., 2003.
2. Иваровский П.Н. Анализ деятельности строительного-монтажных организаций. - Брест, 2004.
3. Отчетные данные предприятий Минстройархитектуры.

ANALIZA ZRÓŻNICOWANIA WYNIKÓW DZIAŁALNOŚCI PRODUKCYJNEJ PRZEDSIĘBIORSTW WEDŁUG DZIAŁÓW EKD. ZASTOSOWANIE MODELI PANELOWYCH

Barbara Dańska – Borsiak,
Uniwersytet Łódzki, Łódź, Polska

Zasadniczym celem opracowania jest analiza działalności produkcyjnej przedsiębiorstw polskich na podstawie próby panelowej pochodzącej z 27 działów Europejskiej Klasyfikacji Gospodarczej (EKD) w okresie 24 miesięcy. Analiza taka, oprócz opisu rzeczywistości w okresie próby, może być podstawą do podjęcia działań mających na celu poprawę efektywności działania przedsiębiorstw.

Wyniki działalności produkcyjnej mierzono rozmiarami wytworzonej produkcji, wielkością zatrudnienia oraz poziomem wynagrodzeń pracowników. Te trzy zmienne były zmiennymi objaśnianymi kolejnych równań modelu o równaniach łącznie współzależnych. Weryfikacji empirycznej poddano hipotezę, że oprócz czynników wpływających na kształtowanie się tych zmiennych we wszystkich działach w identyczny sposób istnieją jeszcze czynniki specyficzne dla poszczególnych działów gospodarki, wynikające wyłącznie z ich specyfiki. Do czynników takich zaliczyć można historyczne uwarunkowania ich rozwoju, a także ogólny stan gospodarczy kraju.

Uwzględnienie w modelu niemierzalnych bezpośrednio czynników specyficznych dla przedsiębiorstw działających w różnych działach było możliwe dzięki zastosowaniu modeli panelowych, to znaczy modeli estymowanych na podstawie próby przekrojowo – czasowej.

Wśród modeli panelowych wyróżnić można dwie kategorie: modele ze zmiennymi sztucznymi - FEM (ang. *fixed effects model*), w których efekty specyficzne dla poszczególnych grup (działów), jako zmienne nielosowe stanowią zróżnicowany względem obiektów, ale stały w czasie wyraz wolny, oraz modele z dekompozycją składnika losowego REM - (ang. *random*

effects model), w których te efekty uważa się za losowe i traktuje jako składową składnika losowego. Pozostałe parametry strukturalne są stałe zarówno w czasie jak i po obiektach. Dla każdej z tych dwóch kategorii opracowane są odpowiednie metody estymacji, przy czym dla modeli FEM są one oparte na klasycznej metodzie najmniejszych kwadratów, a dla modeli REM – na uogólnionej MNK. W omawianym tu znacznie szerszym badaniu (por. B. Dańska [2000]) oszacowano parametry zarówno modeli FEM jak i REM. Ze względu na to, że test Hausmana na ogół wskazywał na model FEM jako bardziej poprawny, w niniejszym opracowaniu omówione zostaną jedynie wyniki estymacji tych modeli.

Jak już wspomniano, estymowane były trzy równania: produkcji, płac i zatrudnienia, przy czym w pierwszym etapie traktowano je jako modele jednorównaniowe, a następnie utworzono z nich model wielorównaniowy. Postać funkcyjna wszystkich równań to postać potęgowa.

Omówimy najpierw krótko wyniki estymacji modeli jednorównaniowych. W równaniu produkcji przychody ze sprzedaży produktów objaśniane były liczbą zatrudnionych i wartością majątku produkcyjnego; w równaniu płac przeciętne miesięczne wynagrodzenie realne uzależniono od liczby bezrobotnych, wydajności pracy i wskaźnika cen detalicznych; liczbę zatrudnionych objaśniano przychodami ze sprzedaży produktów oraz wynagrodzeniem przeciętnym. Dodatkowo, do każdego z tych równań wprowadzono 27 zmiennych zero – jedynkowych, co jest równoważne dekompozycji wyrazu wolnego na 27 składowych specyficznych dla różnych działów. Wszystkie modele były pod względem statystycznym i ekonomicznym poprawne, ponadto testy F oraz współczynnika wiarygodności (są to testy statystyczne skonstruowane dla badania, czy uwzględnianie efektów grupowych w modelu FEM jest uzasadnione) wskazały jednoznacznie na statystyczną istotność zróżnicowania efektów grupowych. Wynik taki interpretować należy w ten sposób, że każda ze zmiennych objaśnianych kształtuje się w określony sposób nie tylko pod wpływem zmiennych objaśniających, ale również w wyniku oddziaływania specyfiki danego działu.

Ostatnim etapem analizy modeli FEM było utworzenie trzypoziomowego modelu o równaniach łącznie współzależnych i estymacja jego parametrów dwustopniową MNK dla modeli panelowych. W interesującym nas najbardziej aspekcie, to znaczy istotności zróżnicowania efektów grupowych nie zaszły żadne zmiany; w wyniku zwiększenia się efektywności estymacji nieco zmieniły się jedynie zbiory zmiennych objaśniających.

Przedstawiona powyżej interpretacja występowania efektów grupowych może być punktem wyjścia do analizy efektywności działania przedsiębiorstw zaklasyfikowanych w poszczególnych działach. Po przeprowadzeniu rozpoznania czynników specyficznych dla działów funkcyjnych w sposób najbardziej efektywny może się okazać, że możliwe jest wprowadzenie odpowiednich zmian w działach charakteryzujących się do tej pory niższą efektywnością działania.

Literatura

1. Baltagi B.H., *Econometric Analysis of Panel Data*, Wiley&Sons, Chichester, 1995
2. Bonnano G., Brandoloni D. (eds), *Industrial Structure in the New Industrial Economics*, Oxford, Clarendon Press, 1990

3. Dańska B., *Przestrzenno – czasowe modelowanie zmian w działalności produkcyjnej w Polsce. Zastosowanie modeli panelowych*, tom I w serii Dane panelowe i modelowanie wielowymiarowe w badaniach ekonomicznych, red. B. Suchecki, Absolwent, Łódź, 2000
4. Martin S., *Advanced Industrial Economics*, Blackwell, Cambridge, USA, 1993

WYKORZYSTANIE PRZEŁĄCZNIKOWYCH MODELI MARKOWA W ANALIZIE RYNKU FINANSOWEGO

Aneta Włodarczyk, Politechnika Częstochowska,
Częstochowa, Polska

Nieoczekiwane zdarzenia w postaci kryzysów politycznych czy ekonomicznych o zasięgu lokalnym bądź globalnym oraz reakcje uczestników rynku finansowego wynikające z napływu nowych informacji są źródłem zmian strukturalnych obserwowanych w ekonomicznych szeregach czasowych. Z tego też powodu modele o stałych parametrach wykorzystywane do analiz czy prognozowania procesów podlegających zmianom strukturalnym ulegają dezaktualizacji. Modele regresji przełącznikowej umożliwiają modelowanie zarówno gwałtownych jak i stopniowych, skokowych zmian w poziomie badanej zmiennej ekonomicznej, przy czym zmiana parametru modelu przełącznikowego następuje wraz ze zmianą reżimu (stanu), do którego należy część wartości procesu. W modelach przełącznikowych zakłada się, że zarówno mechanizm sterujący zmianami w obrębie poszczególnych reżimów jak i mechanizm zmiany reżimu jest losowy. Zatem specyficzny charakter tym modelom nadają: obserwowalny proces ekonomiczny oraz nieobserwowalny proces sterujący. W licznych zastosowaniach modeli przełącznikowych procesem sterującym zmianami reżimu jest jednorodny łańcuch Markowa. Ta kategoria modeli przełącznikowych jest w literaturze określana mianem przełącznikowych modeli Markowa (*Markov switching model*, MSM). Pierwsze wzmianki na temat modelu przełącznikowego można odnaleźć w pracy Goldfelda i Quandta (1973)¹, w której rozważano model regresji liniowej o współczynnikach zmieniających się wraz ze zmianą reżimu sterującego procesem. Rozszerzeniem idei tego modelu jest przełącznikowy model Markowa zaproponowany przez Hamiltona (1989):²

$$y_t = c_{s_t} + \phi_{s_t} y_{t-1} + \varepsilon_t \quad (1)$$

gdzie: $\varepsilon_t \sim \text{i.i.d. } N(0, \sigma^2)$; natomiast s_t są stanami nieobserwowalnego, jednorodnego łańcucha Markowa o N stanach, przy czym s_t są niezależne względem ε_τ dla wszystkich t i τ ; c_{s_t} i ϕ_{s_t} są parametrami związanymi z danym reżimem. Pełny opis dynamiki procesu y_t można uzyskać jeśli zostaną zdefiniowane prawdopodobieństwa p_{ij} zmiany reżimu i na reżim j :

$$\Pr(s_t = j / s_{t-1} = i, s_{t-2} = k, \dots, y_{t-1}, y_{t-2}, \dots, y_1) = \Pr(s_t = j / s_{t-1} = i) = p_{ij} \quad (2)$$

Model określony relacją (1) opisuje zatem zmiany wartości średniej autoregresyjnego procesu ekonomicznego według reżimów.

Należy zwrócić uwagę na następujące zalety przełącznikowych modeli Markowa:³

– należą one do klasy modeli nieliniowych

¹ Goldfeld S.M., Quandt R.E., *A Markov Model for Switching Regressions*, Journal of Econometrics vol. 1/1973

² Hamilton J.D., *Time Series Analysis*. Princeton University Press, Princeton, New Jersey 1994, s. 690 - 691

³ Hamilton J.D., *Time Series Analysis*. Princeton University Press, Princeton, New Jersey 1994, s. 677 - 702

- modelowanie gwałtownych zmian w poziomie zmiennej ekonomicznej umożliwia łańcuch Markowa, który steruje zmianami reżimu, dzięki czemu proces może przełączać się gwałtownie
- rozkład zmiennej objaśnianej w tym modelu jest mieszaniną dwóch rozkładów normalnych, a to nie implikuje zależności, że rozkład tej zmiennej jest normalny.

Aplikacje przełącznikowych modeli Markowa na rynku finansowym dotyczą takich wydarzeń jak: kryzysy walutowe, bąble spekulacyjne na giełdach, gwałtowne zmiany w poziomie zmienności cen aktywów finansowych czy kursów walutowych. Kaufmann (2002) badała związek pomiędzy polityką monetarną (mierzoną wysokością 3 – miesięcznych stóp procentowych; zmienna x) a fazą cyklu koniunkturalnego (określaną wielkością stopy wzrostu produktu krajowego brutto (GDP); zmienna y) dla Austrii. Skonstruowano model postaci:

$$y_t = X_t \beta_y + \varepsilon_t, \quad \varepsilon_t \sim \text{i.i.d. } N(0, \sigma_\varepsilon) \quad (3)$$

gdzie: $X_t = (1, y_{t-1}, \dots, y_{t-p}, x_{t-1}, \dots, x_{t-q})$; proces S_t jest jednorodnym, dwustanowym łańcuchem Markowa. Otrzymane przez Kaufmann wyniki badań potwierdzają asymetryczny wpływ polityki monetarnej na gospodarkę Austrii, szczególnie silny w okresach spadku koniunktury.⁴

Peria i Soledad (2002) opracowali aplikację MSM, która ma na celu zbadanie przyczyn powstania ataków spekulacyjnych skierowanych na waluty Europejskiego Systemu Monetarnego (EMS) w okresie 1979 – 1993. Aby zidentyfikować przypadki ataków spekulacyjnych skonstruowali oni model wektorowej autoregresji (VAR) dla zmiennych opisujących pierwsze przyrosty kursu walutowego (Δe_t), rezerw walutowych (Δr_t) i stóp procentowych (Δid_t) dla siedmiu państw należących do ERM (Belgii, Niemiec, Francji, Irlandii, Włoch, Hiszpanii, Wielkiej Brytanii):

$$\begin{aligned} \Delta e_t &= c_{s_t, \Delta e} + \alpha_{s_t, \Delta e} \Delta e_{t-1} + \delta_{s_t, \Delta e} \Delta r_{t-1} + \gamma_{s_t, \Delta e} \Delta id_{t-1} + \sigma_{s_t} u_{t, \Delta e} \\ \Delta r_t &= c_{s_t, \Delta r} + \alpha_{s_t, \Delta r} \Delta e_{t-1} + \delta_{s_t, \Delta r} \Delta r_{t-1} + \gamma_{s_t, \Delta r} \Delta id_{t-1} + \sigma_{s_t} u_{t, \Delta r} \end{aligned} \quad (4)$$

$$\Delta id_t = c_{s_t, \Delta id} + \alpha_{s_t, \Delta id} \Delta e_{t-1} + \delta_{s_t, \Delta id} \Delta r_{t-1} + \gamma_{s_t, \Delta id} \Delta id_{t-1} + \sigma_{s_t} u_{t, \Delta id}$$

gdzie: $u_{t, \Delta e}$, $u_{t, \Delta r}$ i $u_{t, \Delta id} \sim N(0,1)$, natomiast subskrypty Δe , Δr , Δid oznaczają równanie, do którego należy dany parametr. Założono ponadto, iż prawdopodobieństwa zmiany reżimu są funkcjami zmiennych fundamentalnych oraz oczekiwań uczestników rynku walutowego. Praca ta stanowi nowatorskie podejście do przyczyn powstawania walutowych ataków spekulacyjnych,⁵ gdyż jej autorzy wśród kluczowych czynników wymieniają deficyt budżetowy.

Literatura:

1. Hamilton J.D., *Time Series Analysis*, Princeton University Press, Princeton, New Jersey 1994
2. Goldfeld S.M., Quandt R.E., *A Markov Model for Switching Regressions*, "Journal of Econometrics" vol. 1/1973
3. Hamilton J. D., Raj B.(ed.), *Advances in Markov-Switching Models*, Physica-Verlag, New York 200

⁴ Hamilton J. D., Raj B.(ed.), *Advances in Markov-Switching Models*, Physica-Verlag, New York 2002, s. 137 - 157

⁵ Hamilton J. D., Raj B.(ed.), *Advances in Markov-Switching Models*, Physica-Verlag, New York 2002, s. 159 - 194

SPECYFIKA STRATEGII BANKÓW KOMERCYJNYCH

Prof. dr hab. Alfreða Zachorowska, dr inż. Agnieszka Wójcik-Mazur
Politechnika Częstochowska, Wydział Zarządzania, Częstochowa, Polska

Warunkiem koniecznym prawidłowego rozwoju przedsiębiorstwa jest ciągła aktywność wobec otoczenia oraz własnej organizacji. Instytucje finansowe, w tym w szczególności banki, muszą uwzględniać zmiany zachodzące w ich otoczeniu, dotyczące głównie globalizacji rynków finansowych, rosnącej turbulencji otoczenia oraz zwiększonej liczby i poziomu pętli informacji, jakie należy uwzględnić przy formułowaniu strategii¹ organizacji.

Uwzględniając narastające oraz zmieniające się oczekiwania, które stoją przed bankami na globalnych rynkach finansowych, należy podkreślić istotne korzyści wynikające ze sformułowania samej strategii banku jak i ze zwartego systemu planowania². W znaczeniu ogólnym pojęcie strategii oznacza naczelną orientację gospodarczą, społeczną, militarną, która wyraża dominujący kierunek działania danego systemu. Ta naczelną orientację staje się głównym kierunkiem działania dla zarządzających danym przedsiębiorstwem w związku ze zmianami, jakie zachodzą w otaczającym środowisku³.

Strategia banku komercyjnego jest określana jako plan, który integruje w zwartą całość, główne cele banku, jego obowiązującą politykę kredytową i inwestycyjną i procedury postępowania wobec ryzyka rynkowego. Dobrze sformułowana strategia banku, podobnie jak w każdym innym przedsiębiorstwie, pozwala na alokację zasobów strategicznych w unikalny i trwały układ oparty na atucie profesjonalnych kompetencji, uwzględniający słabe strony banku, antycypujący zmiany w otoczeniu i sytuacyjne reakcje konkurentów⁴.

Istotę formułowania strategii stanowi odniesienie banku do jego otoczenia. Całkowite rozpoznanie wewnętrznego i zewnętrznego środowiska jego funkcjonowania jest istotne dla określenia jego pozycji w bieżącym środowisku, a także dla przewidzenia jego przyszłości⁵. Analiza zewnętrznego otoczenia przedsiębiorstwa bankowego jest głównym czynnikiem określającym jego strategię. Determinanty otoczenia, sektor oraz rynek skłaniają przedsiębiorstwo w stronę wyboru strategii albo w pełni globalnej, albo nakierowanej na realizowanie potrzeb lokalnych klientów.

Wielość definicji strategii powoduje, iż kadra kierownicza instytucji finansowych koncentruje się na zasadniczych celach tych instytucji oraz ich przyszłej pozycji względem otoczenia. Istotne jest określenie długofalowych

¹ Genealogia oraz pochodzenie słowa strategia zostało przedstawione w pracy: K. Oblój: *Strategia organizacji*. PWE, Warszawa 2001, s. 13-14.

² D. McNaughton: *Zarządzanie nowoczesnym bankiem w okresie zmian*. WiB, Warszawa 1995, s. 36.

³ A. Stabryła: *Zarządzanie strategiczne w teorii i praktyce firmy*. PWN, Warszawa 2000, s. 39. Zob. H. Koontz, C. O. Donell, H. Weichrich: *Management*. McGraw-Hill Book Co., N.York 1984, s. 107, W. Glueck: *Strategic management and business policy*. McGraw-Hill, N. York 1980, s. 9; K. Ohmae: *The mind of strategist*. McGraw-Hill, N. York 1982, s. 92; A. Thompson, A. Strickland: *Strategic management. Concepts and cases*. Irwin, Burr Ridge 1993, s. 18; K. Andrews: *The concept of corporate strategy*. Dow-Jones-Irwin, N. York 1971, s. 28.

⁴ J. Solarz: *Zarządzanie strategiczne w bankach*. Poltext, Warszawa 1997, s. 76.

⁵ S. Zahra, G. George: *International entrepreneurship: The current status of the field and future research agenda*, in M. A. Hitt, R. D. Ireland, S. M. Camp, & D. L. Sexton (eds.), *Strategic Entrepreneurship: Creating a New Mindset*, Oxford, U. K. Blackwell Publishers s. 255-288.

celów i zadań, wybór kierunków działań oraz alokacja środków niezbędnych do osiągnięcia tych celów. Z punktu widzenia strategii banku niezbędne jest także wyznaczenie przyszłej pozycji danego banku w stosunku do innych banków, do rynku krajowego lub zagranicznego. Zachowanie równowagi banku z jego środowiskiem zewnętrznym, obecnym lub przyszłym winien gwarantować zestaw decyzji lub koncepcji działania. Wyznaczenie zasadniczych kierunków i reguł działania jest niezbędne do osiągnięcia długofalowych celów, zwłaszcza w odpowiedzi na zmieniające się warunki otoczenia⁶.

Strategię banku komercyjnego tworzą elementy dotyczące zamierzeń w najważniejszych dziedzinach, obejmujących w szczególności cele strategiczne oraz strategiczne zadania. Mogą one ujmować podstawowe założenia w zakresie zarządzania aktywami i pasywami, charakteru współpracy z klientami, polityki depozytowej, polityki produktowej, polityki kredytowej (ryzyka kredytowego) i inne⁷.

Cele strategiczne powinny mieć charakter kompleksowy i usystematyzowany. Łączą one działania ekonomiczne, generujące w szczególności wynik finansowy banku z przyczynami, które na ten wynik oddziałują. Cele strategiczne łączą tzw. „twarde czynniki” ekonomiczne usadowione w strukturze przedsiębiorstwa z „miękkimi czynnikami” oznaczającymi gotowość do zmian i mającymi wpływ na kulturę przedsiębiorstwa⁸.

Polityka ekonomiczna banku uwzględni różne cele, do których w szczególności można zaliczyć: zwiększanie udziału w rynku, zabezpieczanie pozycji konkurencyjnej, zwiększanie marży procentowej, utrzymywanie płynności, politykę dywidend oraz inne parametry. Głównym celem banków jest osiąganie wysokiego wyniku finansowego, którego wysokość jest ograniczana potrzebą bezpieczeństwa⁹ oraz wpływem innych czynników. Dla wielu banków europejskich istotnym celem staje się uzyskanie możliwie wysokiego zysku przy uwzględnieniu dodatkowych warunków¹⁰.

W literaturze przedmiotu można wyróżnić następujące klasyczne cele strategiczne banku komercyjnego¹¹: bezpieczeństwo, ostrożność, uczciwość, realizację potrzeb, świadomy wybór, pełną obsługę oraz obecność. Bezpieczeństwo w tak rozumianej klasyfikacji oznacza podejmowanie działań zapewniających trwałą pozycję finansową oraz stabilność banku w zakresie bezpieczeństwa depozytów. Cel „ostrożnościowy” oznacza dla banku utrzymywanie zarówno odpowiedniego wskaźnika poziomu płynności finansowej, bezpieczeństwa jak i ustalenie odpowiednich stawek procentowych dla własnego portfela aktywów. Strategia określana jako „uczciwość” zapewnia w szczególności zachowanie przez pracowników banku tajemnicy transakcji.

⁶ J. Solarz: Zarządzanie..., op. cit., s. 75-76.

⁷ Por. M. Wysocki: Polityka kredytowa banku komercyjnego. Twigger, Warszawa 1999, s. 20.

⁸ J. Koppen: Strategie banków w Europie. Ce De Wu, Warszawa 1999, s. 34.

⁹ Dotyczy to w szczególności wskaźników adekwatności kapitałowej oraz potrzeby utrzymywania ciągłej płynności finansowej, która stanowi podstawowy warunek funkcjonowania banku komercyjnego.

¹⁰ Maksymalizacja wyniku finansowego stanowi w praktyce tylko teoretyczną koncepcję. Zob. J. Koppen: Strategie..., op. cit., s. 35.

¹¹ R. Patterson: Poradnik kredytowy dla bankowców. Twigger, Warszawa 1995, s. 44-45.

Realizacja potrzeb jest takim celem strategicznym, który uwzględnia realizację potrzeb klientów nie stojących w sprzeczności ze strategią banku. Świadomy wybór dotyczy głównie kształtowania polityki marketingowej nastawionej w szczególności na segmentowanie klientów oraz polityki kredytowej dotyczącej budowy bezpiecznego portfela. Świadczenie szeroko rozumianych usług doradczych klientom banku powinno odbywać się w ramach celu dotyczącego „pełnej obsługi”. Strategiczny cel dotyczący tzw. „obecności” odnosi się do prowadzenia działalności na docelowych rynkach usług finansowych.

Z tego punktu widzenia ważne jest, aby cele strategiczne nie były ograniczane do istotnego wskaźnika oceny banku, jakim jest wartość generowanych przez bank przychodów, ale i do sposobu myślenia i postępowania kadry kierowniczej.

W sektorze bankowym niezwykle istotną strategią banków komercyjnych jest taki wybór strategii, który umacnia i rozwija korzyści konkurencyjne danego banku. W klasycznej literaturze przedmiotu można wyróżnić trzy ogólne strategie mające na celu zachowanie lub osiągnięcie korzyści konkurencyjnych, do których można zaliczyć¹²: strategię przewagi pod względem kosztów¹³, zróżnicowania produkcji¹⁴, koncentracji na określonym segmencie rynku.

We wszystkich określeniach strategii podkreśla się jej znaczenie w przywracaniu równowagi pomiędzy bankiem a otoczeniem bliższym lub dalszym, w którym on działa. Strategia banku komercyjnego powinna stworzyć warunki do przetrwania w zgodzie ze wszystkimi siłami nacisku oddziałującymi na decydentów w instytucji kredytowej oraz w szczególności zapewnić sukces bankowi.

Literatura:

1. K. Andrews: The concept of corporate strategy. Dow-Jones-Irwin, N. York 1971.
2. W. Glueck: Strategic management and business policy. McGraw-Hill, N. York 1980.
3. H. Koontz, C. O'Donell, H. Weichrich: Management. McGraw-Hill Book Co., N.York 1984.
4. J. Koppen: Strategie banków w Europie. CeDeWu, Warszawa 1999.
5. D. McNaughton: Zarządzanie nowoczesnym bankiem w okresie zmian. WiB, Warszawa 1995.
6. K. Oblój: Strategia organizacji. PWE, Warszawa 2001.
7. K. Ohmae: The mind of strategist. McGraw-Hill, N. York 1982.

¹² Por. między innymi M. Porter: Competitive strategy. New York 1980, Free Press, s. 57.

¹³ Istotną generalną strategią zdobywania pozycji na rynku jest ograniczanie kosztów. Przewaga kosztowa jest najbardziej fundamentalną ekonomicznie przewagą konkurencyjną, ponieważ daje przedsiębiorstwu swobodę strategicznego wyboru, której nie mają konkurenci. Por. K. Oblój: Strategia..., op. cit., s. 72-73. Por. J. Canals: Strategie konkurencyjne w europejskiej bankowości. PWN, Warszawa 1997, s. 253.

¹⁴ Zasadniczą strategią zdobywania pozycji na rynku jest zróżnicowanie oferty produktowej oraz usługowej przedsiębiorstwa. Strategia zróżnicowania wyrobów ogranicza swobodę konkurencyjną przedsiębiorstwa, jednakże utrudnia atak konkurencji.

8. M. Porter: Competitive strategy. New York 1980, Free Press.
9. R. Patterson: Poradnik kredytowy dla bankowców. Twigger, Warszawa 1995.
10. J. Solarz: Zarządzanie strategiczne w bankach, Poltext, Warszawa 1997,
11. A. Stabryła: Zarządzanie strategiczne w teorii i praktyce firmy. PWN, Warszawa 2000.
12. A. Thompson, A. Strickland: Strategic management. Concepts and cases. Irwin, Burr Ridge 1993,
13. M. Wysocki: Polityka kredytowa banku komercyjnego. Twigger, Warszawa 1999.
14. S. Zahra, G. George: International entrepreneurship: The current status of the field and future research agenda, in M. A. Hitt, R. D. Ireland, S. M. Camp, & D. L. Sexton (eds.), Strategic Entrepreneurship: Creating a New Mindset, Oxford, U. K. Blackwell Publishers 2000.

АВТОМАТИЗИРОВАННОЕ РЕШЕНИЕ МНОГОКРИТЕРИАЛЬНЫХ ЗАДАЧ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ

И.Н. Аверина

*УО «Брестский государственный технический университет»,
Республика Беларусь*

Проблема эффективности особенно актуальна на современном этапе развития экономики в связи с ростом дефицита сырьевых ресурсов, ужесточением конкуренции, глобализацией бизнеса, увеличением предпринимательских рисков. В условиях развития компьютерных технологий обработки информации можно значительно повысить оперативность и надежность расчетов по оценке эффективности, если использовать математические модели и методы, которые наилучшим образом отражают сложные взаимосвязи экономических явлений, и осуществлять их реализацию с помощью доступного программного обеспечения.

Например, задача оценки эффективности и выбора оптимального инвестиционного проекта, связанного с организацией нового производства, является многокритериальной, так как должна обеспечивать максимизацию прибыли, снижение риска и минимизацию экономических издержек. Многокритериальными являются задачи принятия решений, количество критериев достижения цели у которых более чем два $K = (k_1, k_2, \dots, k_m)$, а сами задачи характеризуются несколькими альтернативами $Y = (Y_1, Y_2, \dots, Y_n)$.

Для решения задач обоснования и выбора инвестиционных проектов адекватными методами решения являются лексикографические, аксиоматические и интерактивные группы методов.

Одним из наиболее предпочтительных методов для решения дискретных задач принятия решений является метод смещенного идеала [2]. К общим признакам этого метода можно отнести: наличие «идеального объекта»; наличие метрики измерения расстояния от анализируемого объекта до идеального; наличие процедур отсеивания неэффективных альтернатив.

Поиск наиболее предпочтительного решения по методу смещенного идеала можно организовать при помощи MS Excel по следующему алгоритму:

1. Формирование из имеющегося множества альтернатив наилучшего и наихудшего объектов при помощи применения пользователем-экспертом встроенных в Excel функций МАКС() и МИН() (рис.1).

	A	B	C	D	E	F
1	Затраты на ренжвиндинг технологии производства					
2	Матрица точечных альтернатив идеального и наихудшего объектов					
3	Показатель	Варианты			Идеальный объект Y^+	Наихудший объект Y^-
4		Y_1	Y_2	Y_3		
5	1. Затраты на мастерскую, тыс. руб. (k_1)	972	972	972	972	972
6	2. Пеховые расходы, тыс. руб. (k_2)	1061.2	1062.2	1061.2	1061.2	1062.2
7	3. Покупка запчастей, тыс. руб. (k_3)	6900	6904.3	6900	6900	6904.3
8	4. Всего затрат на ремонт и ТО, тыс. руб. (k_4)	11202	10790.7	10450	10450	11202
9	5. Выручка за услуги, тыс. руб. (k_5)	11704	10306	12580	12580	10306
10	6. Коммерческая прибыль, тыс. руб. (k_6)	502	920	1254	1254	502
11	7. Размер известий, тыс. руб. (k_7)	230	350	573	230	573
12	8. Степень риска (k_8)	0.15	0.35	0.5	0.15	0.5

Рис.1. ЭТ с исходными данными, наилучшим и наихудшим объектом

2. Анализ экспертом множества объектов на соответствие идеальному.

Для этого – нормирование значений критериев по формуле $b_i = \frac{k^+ - k_i}{k^+ - k^-}$,

где b_i – расстояние от объекта Y_i по критерию k_j до идеального объекта, k_j – текущее значение сравниваемого объекта. А затем, применения обобщенной метрики для выявления наихудших объектов

$L^p = \sqrt[p]{\sum_{j=1}^n (1 - b_j)^p}$, где p – некоторый коэффициент, характеризующий степень концентрации.

Чем больше значение метрики L , тем ближе объект к идеальному. Присваивая p разные значения, можно получить различные стратегии формирования предпочтений и выбора (рис.2).

	A	B	C	D	E		
24	Нормированные значения показателей ($1 - b_j$)						
25	Показатель	Варианты					
26		Y_1	Y_2	Y_3			
27	4. Всего затрат на ремонт и ТО, тыс. руб. (k_4)	0.000	0.547	1.000			
28	5. Выручка за услуги, тыс. руб. (k_5)	0.620	0.000	1.000			
29	6. Коммерческая прибыль, тыс. руб. (k_6)	0.000	0.556	1.000			
30	7. Размер известий, тыс. руб. (k_7)	1.000	0.650	0.000			
31	8. Степень риска (k_8)	1.000	0.429	0.000			
32	Значения меры расстояния при различных коэффициентах p						
34	Коэффициент концентрации матрики	Значения меры расстояния L			Ранжировка предпочтений		
35		Y_1	Y_2	Y_3			
36		$p=1$	2.82023	2.18151		3.00000	$Y_3 > Y_1 > Y_2$
37		$p=2$	1.54424	1.10203		1.73205	$Y_3 > Y_1 > Y_2$
38	$p=3$	1.21062	0.79395	1.31807	$Y_3 > Y_1 > Y_2$		

Рис.2. Матрицы для шага 2 алгоритма

3. Интерактивное исключение из дальнейшего анализа тех объектов из исходного множества $Y = (Y_1, Y_2, \dots, Y_n)$, которые признаны заведомо не наилучшими.

Решение продолжается с п.1 до тех пор, пока на некоторой итерации в сокращенном множестве объектов не останется наиболее предпочтительный объект. В рассматриваемом примере решение получилось на первой итерации – в качестве оптимального выступает проект Y_3 .

Литература

1. Емельянов С.В. Многокритериальные методы принятия решений. - М.: Наука, 1985.

2. Разработка бизнес-приложений в экономике на базе MS Excel / Под общ. ред. к.т.н. А.И. Афоничкина. – М.: ДИАЛОГ-МИФИ, 2003.

КЛАССИФИКАЦИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАТЕРИАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ХЛЕБОПРОДУКТОВ, МЕТОДЫ ИХ ИЗМЕРЕНИЯ

Е.Е. Банцевич,

МГУП, Могилёв, Республика Беларусь

Материальные ресурсы мукомольно-крупяной промышленности базируются на растительной продукции сельского хозяйства. Сравнительно невысокие темпы роста продукции зернового сектора сельского хозяйства требуют в масштабах государства и каждого предприятия хлебопродуктов усиления режима экономии материальных ресурсов, совершенствования анализа их использования.

Экономическая эффективность использования материальных ресурсов получает свое выражение в соответствующих показателях. Л.А. Богдановская справедливо отмечает, что для анализа эффективности использования материальных ресурсов «наибольшее распространение получили показатели, в расчете которых используется сумма материальных затрат, а не материальных ресурсов» [1, с.435]. Это происходит потому, что «в процессе потребления материальных ресурсов происходит их трансформация в материальные затраты или, другими словами, в широком смысле стоимость использованных, израсходованных материальных ресурсов выражается материальными затратами» [1, с.435].

Вместе с тем, представляется обоснованным мнение К.А. Смирнова, который отмечает, что «перечень показателей, оценивающих использование материальных ресурсов, удобно изучать в виде совокупности двух групп» [2, с. 25]. Первую группу, по мнению К.А. Смирнова, должны составлять показатели расхода, полезного использования, эффективности и экономии материальных ресурсов. Вторая группа – это показатели расчетно-аналитические. Они являются производными от показателей первой группы и используются при количественном анализе структуры и динамики потребления материальных ресурсов.

Расход сырья, материалов, топлива и электроэнергии в мукомольно-крупяной промышленности представляет собой их производственное потребление. В практике различают расход общий и удельный.

Удельный расход материальных ресурсов исчисляется только в натуральном измерении, так как с его помощью можно осуществить: а) сравнение текущего расхода с установленной нормой и с расходом за предыдущие периоды; б) расчеты по экономии или перерасходу конкретных видов сырья, материалов, топлива, электроэнергии.

Основные показатели уровня полезного использования материальных ресурсов по направлениям их производственного потребления, встречающиеся в экономических исследованиях, – выход годной продукции, коэффициент полезного использования, расходный коэффициент. Все эти показатели используются в виде плановых (нормативных) и отчетных (фактических).

Выход годной продукции – извлечение годного продукта из перерабатываемого сырья (зерна) – применяют в зерноперерабатывающей промышленности в качестве главного аналитического показателя уровня использования материальных ресурсов. Характерной особенностью показателя ВГ является использование для оценки его предельного значения известного количества извлекаемого продукта в исходном сырье.

В мукомольно-крупяной промышленности различают плановые, расчетные и фактические выходы продукции. Плановые и расчетные выходы продукции отличаются по качеству фактически поступившего в переработку зерна по сравнению с запланированным, а расчетные и фактические выходы – по организации и соблюдению технологического процесса.

Коэффициент полезного использования (КПИ) материальных ресурсов на производство продукции (k_n) определяется в экономических исследованиях как отношение полезного расхода к общему расходу.

Коэффициент использования меньше единицы на величину учтенных в норме потерь и отходов. Он должен стремиться к единице за счет систематического снижения потерь и отходов, выраженных в ее долях от нормы.

Этот коэффициент – основной показатель эффективности использования материальных ресурсов и технического уровня производства в отраслях машиностроения. По нашему мнению, КПИ материальных ресурсов может быть применен на предприятиях хлебопродуктов для анализа уровня полезного использования зерна и электроэнергии. Коэффициент k_n можно исчислить с различной степенью укрупненности: для каждой зерновой культуры и вида продукции, по помольной партии, по виду производства, по предприятию и в целом по отрасли.

Смысл этого показателя во всех случаях один и тот же, однако приемы его расчета могут несколько изменяться. Для отдельного вида продукции коэффициент полезного использования может быть исчислен как отношение чистого веса муки или крупы (с учетом влажности) к весу зерна (с учетом влажности).

Литература

- 1 Анализ хозяйственной деятельности в промышленности: Учебник / В.И. Стражев, Л.А. Богдановская, О.Ф. Мигун др.; Под общ. ред. В.И. Стражева. – 5-е изд., перераб. и доп. – Мн.: Вышэйшая школа, 2003. – 480 с.
- 2 Смирнов К.А. Нормирование и рациональное использование материальных ресурсов: Учебное пособие для инж.-экон. спец. вузов. – М.: Высшая школа, 1990. – 304 с.

ВЛИЯНИЕ ИНФЛЯЦИОННОГО ФАКТОРА НА ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ СЕКТОР РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Н.П. Богдан

*УО «Брестский государственный технический университет»,
Республика Беларусь*

В Республике Беларусь, как и во всех республиках бывшего СССР, переход к рыночной экономике начался с разрушения административно-плановой системы. Переходный процесс стал мощным стимулом для развертывания кризисных явлений. Первые серьезные диспропорции возникли на денежно-финансовом рынке страны, выразившись в резком подъеме уровня цен.

Инфляцию нельзя однозначно трактовать как негативное явление, так как последствия ее неоднозначны и зависят от масштаба явления. Многие экономисты склонны считать невысокую инфляцию неотъемлемым условием экономической эволюции.



Рис 1. Динамика индекса цен производителей на продукцию производственно-технического назначения в РБ.[1]

На рисунке 1 представлена динамика индекса цен производителей на продукцию производственно-технического назначения в Белоруссии в период 1992-2003 гг. Резкий подъем уровня цен в 1992 году явился следствием уже упомянутого переходного периода. Гиперинфляционная черта была достигнута данным показателем в 1995, 1998, 1999 и 2000 годах, с критическим значением в 1999 году. Стоит отметить, что для относительной стабилизации уровня цен правительству понадобилось практически десятилетие. Несмотря на значительное снижение уровня

инфляции в период 2001-2003 годов, в стране сохранялся галопирующий темп роста цен.

Производственная сфера, как часть общественного производства, является основой функционирования любого государства. В нашей республике большую часть производственной сферы составляет материальное производство. Стабильность финансовых отношений предприятий этой сферы – залог успешного функционирования всей финансовой системы в целом, так как именно в материальном производстве создается национальный доход государства.

Уязвим от инфляции в первую очередь оборотный капитал предприятий. *Авансированные в производственный процесс оборотные средства возвращаются субъектам хозяйствования уже за минусом инфляционного налога.* «Вымывание» оборотных средств предприятий не может не сказываться на их финансовом положении.

Важнейшей характеристикой текущего финансового положения организаций является их обеспеченность собственным оборотным капиталом. Динамика данного показателя в разрезе отраслей материального производства представлена в таблице 1 и на рисунке 2.

Таблица 1[2] Показатели финансовой устойчивости предприятий РБ в 2004 году

	Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами, в %	
	норматив	на 1 июля 2004 г.
Всего	—	8,9
в т. ч. промышленность	30	6,6
сельское хозяйство	20	3,3
строительство	15	26,7
Торговля и общ. питание	10	-4,4



Рис.2 Динамика коэффициента обеспеченности собственными оборотными средствами предприятий Республики Беларусь.[4]

Если в 1999 году собственные оборотные средства (СОС) предприятий сельского хозяйства превышали нормативное значение более чем в 2,5 раза, то в 2003 году эта отрасль осталась вообще без собственных

оборотных средств. Учитывая данные о динамике индекса цен производителей за аналогичный период (1999-2003 гг.), можно сказать, что наиболее чувствительным и неподготовленным к инфляции оказалось сельское хозяйство республики. Ситуация с собственным оборотным капиталом у этой группы предприятий незначительно улучшилась лишь в первой половине 2004 года.

В критическом положении находятся также предприятия торговли и общественного питания. Здесь при нормативе СОС 10% в 1999 году коэффициент обеспеченности СОС составлял лишь 6%. А в 2000-2003 гг. динамично снижался, достигнув отрицательного значения. Эта тенденция сохранилась и к июлю 2004 года.

В промышленности финансовое положение предприятий также остается тяжелым. О хронической нехватке собственного оборотного капитала свидетельствуют значения показателя обеспеченности собственными оборотными средствами, который не превышает 14,2%. К тому же до 2002 года имела место тенденция к снижению анализируемого показателя. Значительно лучше ситуация с обеспеченностью СОС в строительстве, где ниже нормативного коэффициент обеспеченности СОС наблюдался лишь в 2001 году.

Целью кругооборота оборотного капитала является обеспечение расширенного производства. Можно с уверенностью сказать, что инфляция самым непосредственным образом нарушает этот процесс.

Большой комплекс факторов, ухудшающих финансовое положение белорусских предприятий, одним из которых является инфляционный фактор, привел к тому, что из года в год увеличивается число убыточных предприятий в экономике.

Литература

1. Статистический ежегодник Республики Беларусь 2000 год - Мн.: Министерство статистики и анализа Республики Беларусь. 2000 г.
2. "Нет!" — бартеру // Белорусский рынок №34-2004
3. Статистический ежегодник Республики Беларусь 2000 год - Мн.: Министерство статистики и анализа Республики Беларусь. 2000 г.

К ОЦЕНКЕ НАЛОГОВОЙ НАГРУЗКИ НА ПРЕДПРИЯТИЕ

Г.К. Болтрушевич, Т.И. Иванова, А.Л. Войтишкина

*УО «Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины»,
Республика Беларусь*

Важнейшим направлением проводимой в Беларуси налоговой реформы является снижение налоговой нагрузки на доходы налогоплательщиков. При построении налоговой системы не следует допускать вторжения налоговых изъятий в воспроизводственные процессы предприятий. В противном случае действие фискальной функции окажется кратковременным, так как будет разрушена налоговая база на длительный период.

Налоговая нагрузка на предприятие – это часть его дохода, которая уплачивается государству в виде налогов и платежей налогового характера. Проблема ее расчета является одной из важнейших в теории и практике налогообложения. В настоящее время как в нашей стране, так и за рубежом отсутствует единый, научно-обоснованный подход к определению налоговой нагрузки. Различие методик проявляется в содержании таких ключевых моментов, как количество обязательных платежей, включаемых в расчет налоговой нагрузки и в определении общего интегрального показателя, с которым соотносится сумма обязательных платежей. Показатель налоговой нагрузки должен быть универсальным, позволяющим сравнить уровень налогообложения в разных отраслях экономики. В поисках такого показателя следует исходить из того, что налоговая нагрузка имеет два уровня: номинальный и реальный.

Номинальная налоговая нагрузка характеризует фискальный потенциал действующей системы налогообложения и в основу ее расчета должны быть взяты начисленные к уплате обязательные платежи. Реальная налоговая нагрузка отражает фактические возможности субъектов хозяйствования по формированию доходов бюджета и в ее основе должны быть положены фактически уплачиваемые в течение рассматриваемого периода обязательные платежи. Сопоставление этих двух показателей позволяет судить о состоянии финансов предприятия и эффективности налоговой системы в целом.

В общую сумму обязательных платежей, учитываемых при определении налоговой нагрузки, не должны включаться подоходный налог и налог на доходы физических лиц, отчисления в инновационные фонды и экономические санкции. Плательщиками подоходного налога и налога на доходы являются физические лица, а предприятие в соответствии с действующим законодательством выступает налоговым агентом по удержанию и перечислению в бюджет этих налогов. Поэтому они должны учитываться при определении налоговой нагрузки на физические лица. Отчисления в ведомственные инновационные фонды не следует включать по той причине, что они хотя и носят обязательный характер, но не уплачиваются в бюджет, а аккумулируются во внебюджетных фондах министерстве и других органах государственного управления. Направляются средства этих фондов на финансирование инвестиционных проектов и мероприятий по развитию производства самих плательщиков. Экономические санкции, несмотря на то, что уплачиваются в бюджет, как и налоговые платежи, имеют другой характер и иные основания для начисления.

Особая проблема при определении налоговой нагрузки состоит в том, следует ли включать косвенные налоги исходя из переложимости их на конечного потребителя? Учет этих налогов необходим в обязательном порядке, но в строгом соответствии с методикой их расчета, учитывая налоговые вычеты по НДС. Включение НДС без налоговых

вычетов представляется неверным, что приводит к завышению уровня налоговой нагрузки.

Следующая важнейшая проблема заключается в поисках показателя, с которым сравнивается сумма обязательных платежей. Теоретически такими показателями являются прибыль, выручка и добавленная стоимость. Использование показателя прибыли на практике нецелесообразно по следующим причинам:

- прибыль является не единственным источником уплаты налогов;
- значительная часть предприятий в республике являются убыточными и поэтому отсутствует база для расчета налоговой нагрузки;
- на многих предприятиях сумма прибыли значительно меньше суммы обязательных платежей и в результате сравнения этих показателей налоговая нагрузка составляет более ста процентов, что является некорректным.

Использование показателя выручки теоретически и практически возможно и целесообразно. Но при этом за основу следует принимать выручку с учетом всех косвенных налогов, т.е. выручку-брутто, и увеличить ее на сумму операционных и внереализационных результатов, так как последние являются налогооблагаемой базой для исчисления некоторых налогов, включаемых в расчет налоговой нагрузки.

Считаем, что использование добавленной стоимости в расчете налоговой нагрузки является наиболее правильным, поскольку:

- дает возможность устранить влияние материалоемкости и обеспечить сопоставимость сравниваемых показателей по различным отраслям;
- позволяет обеспечить единый методический подход при расчете уровня налоговой нагрузки и полную его сопоставимость с предыдущими периодами, когда действовал затратный метод исчисления НДС;
- создает полную сопоставимость налогов с источниками их уплаты, так как добавленная стоимость является единственным источником уплаты всех обязательных платежей.

ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА РЫНКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

С.А.Бунько

*УО «Брестский государственный технический университет»
Республика Беларусь*

Формирование рынка платных образовательных услуг поставило непростые вопросы по управлению ценообразованием и ценовой политикой вуза. Основные проблемы в этой сфере заключались в отсутствии практического опыта ценообразования на платные образовательные услуги, соответствующей нормативной базы, отсутствие эффективных антиинфляционных мер при формировании цены на услуги вуза; недостаточный уровень проработанности методик ценообразования.

Одним из самых простых методов ценообразования является расчет цены по методу «средние издержки плюс прибыль». Данный метод базируется на расчете себестоимости подготовки специалиста, увеличенной на запланированную норму прибыли. Главными затратными элементами установления цен являются расходы на оплату труда персонала и расходы по содержанию и оборудованию учебных аудиторий и зданий. Любое изменение постоянных или переменных расходов, будь то повышение ставки налогов, увеличение оплаты коммунальных услуг, повышение заработной платы влияет на уровень рентабельности. Привлекательность этого метода ценообразования обусловлена тем, что рынок образовательных услуг является неустоявшимся, и в таких условиях наиболее надежными ориентирами при установлении цены для вузов являются фактические затраты по оказанию образовательных услуг. Кроме того, данный метод ценообразования выравнивает цены на образовательные услуги, так как структура затрат у вузов практически одинакова. Однако данный метод практически не учитывает уровень спроса на образовательные услуги.

Принципиально другой подход лежит в основе установления цены на основе ощущаемой ценности образовательной услуги и уровне цен ближайших конкурентов.

Установление цены на основе ощущаемой ценности образовательной услуги в значительной степени зависит от престижности вуза в представлении потенциальных потребителей и происходит на основе изучения их мнения и восприятию ими ценности услуги.

Установление цены на уровне текущих цен опирается на анализ цен других вузов по аналогичным и родственным специальностям вслед за наиболее авторитетным учебным заведением. Этот метод ценообразования привлекателен прежде всего своей простотой и нередко является основным, но его использование должно дополняться работой по определению реальной себестоимости оказания образовательных услуг для прояснения истинной экономической ситуации.

Гибкость ценовой политики вуза определяется использованием системы скидок, практика их достаточно многообразна. Предоставление скидок может происходить в пределах средств сметы, направляемых на нужды развития материальной базы, но не должно касаться группы необходимых затрат, таких как материалы, оборудование, амортизация, коммунальные услуги. Основными формами являются скидки для студентов из малообеспеченных семей, студентов, имеющих успехи в учебе, скидки при предоплате за весь период обучения. Однако сегодня вузы зачастую не только не заинтересованы в стимулировании предоплаты, они стремятся максимально раздробить платежи, так как инфляция при отсутствии возможности надежного инвестирования свободных средств обесценивает денежные средства, поступившие в качестве предоплаты.

Проблема инфляции тем актуальнее, чем больший срок длится выполнение договора. При предоставлении образовательных услуг такой срок

может составлять 5-6 лет. На практике вузы используют следующие механизмы корректировки цены с учетом инфляции: применение той или иной твердой валюты в качестве условной единицы, использование в качестве базовых таких показателей, как минимальная заработная плата, ставка первого разряда и уровень инфляции, рассчитываемый органами статистики.

До недавнего времени использование валютного эквивалента в определении цены образовательной услуги было достаточно эффективным механизмом. Однако в последние годы инфляция значительно опережает рост курса валют относительно белорусского рубля, что заставляет осторожно относиться к возможности дальнейшего использования этого механизма для противоинфляционных поправок. Не меньше сомнений сегодня возникает у тех, кто использовал ранее в этом качестве базовые расчетные величины, так как их пересмотр, происходящий с большим опозданием, сводит их антиинфляционную функцию к нулю.

Использование показателей инфляции, рассчитываемых органами государственной статистики, безусловно, является наиболее точным, необходимо лишь учитывать, что инфляционные процессы имеют различную динамику применительно к различным элементам затрат.

На сегодняшний день целесообразно комбинировать использование валютного эквивалента в определении цены и контрактной оговорки о возможном изменении стоимости оплаты за обучение при изменении его себестоимости.

Литература.

Internet:<http://ecsocman.edu/ry/db/baldink>

АЛГОРИТМ ФОРМИРОВАНИЯ БЮДЖЕТНОЙ ПРОГРАММЫ В УСЛОВИЯХ САНАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Т.В. Волчик

*УО «Брестский государственный технический университет»,
Республика Беларусь*

Формирование, внедрение и функционирование системы бюджетирования на предприятиях, находящихся в процессе оздоровления, в первую очередь должно быть направлено на повышение эффективности процессов управления. Разработка бюджетной программы – совокупность непрерывных взаимосвязанных процессов, реализация которых происходит в следующем порядке: анализ, моделирование и выбор оптимального варианта действий для предприятия, контроль и регулирование отклонений. Специалисты в области бюджетного управления [1, 2] выделяют следующие основные этапы бюджетирования: разработка бюджетной программы; утверждение бюджетной программы; реализация бюджетной программы; контроль исполнения бюджетной программы. Каждый из рассмотренных этапов состоит из определенной последовательности действий, реализуемых при формировании бюджетной программы. Назовем указанные действия алгоритмом бюджетирова-

ния. Алгоритм бюджетирования для санлируемых предприятий включает следующие взаимосвязанные стадии:

1. Постановка проблемы, сбор, анализ и обобщение исходной информации. На данном этапе выявляются «проблемные» направления бизнеса, проводится мониторинг внешней и внутренней среды, осуществляется поиск исходной информации для бюджетирования в условиях санации. Производится анализ накопленных сведений с целью оценки обоснованности их использования для бюджетирования. Информация обобщается и структурируется в зависимости от степени ее значимости.
2. Формулировка целей и задач деятельности предприятия на бюджетный период. Для предприятий, находящихся в процессе санации, период бюджетирования ограничен сроком санации, а стратегия развития и цели деятельности определяются в плане санации, разрабатываемом управляющим.
3. Формирование целевых показателей и ограничений. Целевые показатели определяют в количественном и стоимостном выражении цели, которые ставит управляющий на бюджетный период. Относительно этих целевых показателей планируются структура расходов и доходов предприятия, определяются возможные ограничения, способные воспрепятствовать выполнению поставленных задач.
4. Выбор допустимых вариантов бюджетов. На данном этапе составляются варианты бюджетов, удовлетворяющие всем ограничениям. Конечным результатом работы является вынесение суждения о предпочтительности конкретного варианта каждого бюджета.
5. Формирование предварительного проекта бюджетной программы. Все локальные бюджеты на основе специальной методики интегрируются в единую финансовую модель предприятия – бюджетную программу. Бюджетная программа представляет собой комплексную систему взаимосвязанных бюджетов, сгруппированных в определенной последовательности, объединенных в соответствии с функциональной ролью в системе финансового управления.
6. Утверждение базовой бюджетной программы. После согласования на всех уровнях управления проект бюджетной программы утверждается в качестве базового. При санации базовая бюджетная программа включается в план санации и служит основанием для проведения оздоровительных мероприятий.
7. Распределение обязанностей и ответственности исполнителей бюджетов. Локальные бюджеты направляют руководителям центров ответственности для исполнения с указанием обязанностей и ответственности за расходы или привлечение средств. Они начинают реализацию поставленных задач, привлекая необходимое количество ресурсов, распределяя их по направлениям, предусмотренным бюджетом.
8. Оценка и анализ отклонений фактических и бюджетных показателей. Полученные результаты сравнивают с запланированными для выявления

ния отклонений. При санации мониторинг формирования и исполнения бюджетной программы осуществляет управляющий, собственник, руководство и другие заинтересованные стороны. По результатам анализа полученных отклонений разрабатываются и осуществляются мероприятия по адаптации к ожидаемым или наступившим изменениям.

9. Принятие решения о пересмотре базовой бюджетной программы. Если выявленные отклонения выходят за границы допустимых значений, бюджетная программа подвергается пересмотру и существенным изменениям. В условиях санации вероятность изменения бюджетной программы возрастает. Это связано с многогранностью санационных процедур, нестандартностью принимаемых решений при преобразованиях.

Приведенный алгоритм бюджетирования может быть адаптирован для потребностей конкретного предприятия. Бюджеты могут быть сгруппированы в соответствии со специфическими потребностями любого производственного предприятия.

Особенностью внедрения методики бюджетирования на предприятиях, находящихся в процессе санации, является то, что бюджетная программа начинает разрабатываться с нуля. Это предполагает проведение полномасштабного исследования всех сфер деятельности предприятия, что представляет определенную сложность для управляющего и его команды.

Литература:

1. Бочаров В.В. Коммерческое бюджетирование. – СПб.: Питер, 2003.
2. Гибкое развитие предприятия: Эффективность и бюджетирование / Авторский коллектив: В. Н. Самочкин, Ю. Б. Пронин и др. – М.: «Дело», 2000.

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ И ПРОБЛЕМЫ ЕЕ УЧЕТА

Г.Я. Житкевич

Барановичский государственный университет, Республика Беларусь

В середине 80-х годов прошлого века об интеллектуальной собственности как объекте бухгалтерского учёта даже не упоминалось. В бывшем СССР все расходы на оформление изобретения брало на себя государство, и изобретение принадлежало государству. Однако зарождение рыночных отношений, создание совместных предприятий с иностранным капиталом привело к созданию таких видов активов как нематериальные, а в их составе объектов интеллектуальной собственности. Их возникновение связано с деятельностью организаций по созданию прогрессивных технологий и разработке иных новаций.

В настоящее время этот актив – интеллектуальная собственность – выступает самостоятельным объектом гражданских прав и отличается особым порядком использования и учёта.

Согласно ст. 139 ГК Республики Беларусь, интеллектуальная собственность представляет собой исключительное право гражданина или юридического лица на результаты интеллектуальной деятельности и

приравненных к ним средствам индивидуализации юридического лица, индивидуализации продукции, выполняемых работ и услуг.

Перечень результатов интеллектуальной деятельности определён в законодательных и нормативных актах. К ним относятся: изобретение, полезная модель, промышленный образец, «ноу-хау», товарный знак, знак обслуживания, наименование места происхождения товара, программа для ЭВМ, база данных, топология интегральных микросхем, произведения литературы и искусства.

Субъектами сделок с интеллектуальной собственностью выступает правообладатель и правополучатель.

Правообладатель – это организация или гражданин, обладающие исключительными правами на объекты интеллектуальной собственности.

С целью единоличного использования результатов разработок, правообладатель регистрирует свои интеллектуальные права в Государственном патентном ведомстве, Комитете по авторским и смежным правам, или других специальных организациях согласно законодательству.

Таким образом, правообладатель имеет права на эксклюзивное использование интеллектуальной собственности.

Предметом бухгалтерского учёта выступает не сама интеллектуальная собственность, а право на её использование, вытекающее из:

- охранных документов (патентов или свидетельств), закрепляющих за их владельцами исключительные права на использование интеллектуальной собственности;
- лицензионных договоров, на основе которых происходит выдача заинтересованным пользователям разрешений на внедрение разработок;
- хозяйственных договоров (купли-продажи и др.), фиксирующих полную уступку интеллектуальной собственности новым владельцам.

Право пользования интеллектуальной собственностью всегда действует в течение определённого срока, который устанавливается в охранном документе или лицензионном договоре и является амортизационным периодом.

Сроки действия охранных документов определены в законодательстве и составляют от 5 до 20 лет, за исключением права на программу для ЭВМ и базу данных, который устанавливается по желанию автора и максимально установлен в течение жизни автора + 50 лет. Патентная охрана указанных прав упрощает процедуру их защиты, а, следовательно, снижает коммерческий риск.

Правополучатель – лицо, получившее от правообладателя разрешение на использование объектов интеллектуальной собственности. Им может быть как организация, так и гражданин.

Интеллектуальная собственность относится к неосязаемым активам организации, поэтому правообладатель и правополучатель организуют её синтетический учёт на активном счёте 04 «Нематериальные активы». Аналити-

ческий учёт целесообразно организовать по наименованиям, единичным объектам интеллектуальной собственности и лицензионным договорам.

В экономически развитых странах в состав интеллектуальной собственности включена франшиза – право на создание дочерней организации для реализации продукции материнской фирмы под её товарным знаком. Согласно ст. 910 ГК Республики Беларусь под франчайзингом понимается контракт, по которому одна организация передаёт другой право за вознаграждение использовать фирменное имя или товарные знаки продажи товаров и услуг.

Как видим, в Гражданском Кодексе Республики Беларусь эта правовая норма закреплена, однако в нормативных документах по бухгалтерскому учёту этот вид интеллектуальной собственности в составе нематериальных активов законодательно не определён.

Знакомство с нормативными документами по бухгалтерскому учёту Российской Федерации, в частности с Положением по бухгалтерскому учёту «Учёт нематериальных активов» (ПБУ 14/2000), утверждённое приказом Министерства финансов Российской Федерации от 16 октября 2000 г. № 91н, также подтверждает отсутствие этой правовой нормы.

Однако несмотря на это франчайзинг для ряда отечественных производителей продукции и предпринимателей уже давно является прогрессивной формой освоения новых рынков сбыта, но затраты по покупке соответствующего права у нас пока ещё не стали элементом капитальных вложений в нематериальные активы.

Например, покупая на рынке спортивную одежду и обувь известных фирм «Adidas», «Puma», «Nike», покупатель оказывается обманутым, так как данные товары не соответствуют качеству тех товарных знаков, под которыми они продаются, и на использование которых их производители в Польше, на Украине и в России не имеют прав.

Поскольку интеллектуальная собственность является объектом бухгалтерского учёта, то он также призван решать ряд задач по её защите, в частности:

- получение достоверной информации о наличии и движении объектов интеллектуальной собственности;
- обеспечение контроля за несанкционированным использованием интеллектуальной собственности другими лицами;
- правильное исчисление и своевременное перечисление в бюджет всех пошлин;
- своевременное проведение расчётов по лицензионным платежам;
- правильное налогообложение операций, связанных с движением объектов интеллектуальной собственности.

В мировой практике целый ряд ресурсов, прав компании до недавнего времени не включался в ее активы. Однако это положение постепенно меняется. Так, изменены правила Международного стандарта финансовой отчетности 37 и признано необходимым отражать те услов-

ные активы (корреспондирующие с условными прибылями), которые ранее раскрывались в пояснениях лишь при высокой вероятности получения соответствующих средств в будущем. Оцениваются такие активы, конечно же, по справедливой стоимости. В зарубежной экономической науке все чаще приводятся обоснования необходимости учета в качестве актива человеческого капитала, оцениваемого или по затратам на обучение персонала, или путем измерения приносимой им добавленной стоимости.

Нам представляется, что включение объектов интеллектуальной собственности в хозяйственный оборот позволит повысить эффективность работы предприятий.

Литература

1. Закон Республики Беларусь «О патентах на изобретения, полезные модели, промышленные образцы» № 160-З от 16.12.2002 г.
2. Олехнович Г. Я. Интеллектуальная собственность и проблемы её коммерциализации. – Мн.: Амалфея, 2003. – 128 с.
3. Положение по бухгалтерскому учёту «Учёт нематериальных активов» (ПБУ 14/2000), утверждённое приказом Министерства финансов Российской Федерации от 16 октября 2000 г. № 91н - М.: Издательство ПРИОР, 2002. – 112 с.
4. Соколов В.Я. Тенденции развития учета / Бухгалтерский учет. — М.: Амалфея, 2003.
5. Финансовый учёт: Учебник / Под ред. проф. В. Г. Гетьмана. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 640 с.

ОРГАНИЗАЦИЯ ЛИЗИНГА В АГРАРНОМ СЕКТОРЕ ЭКОНОМИКИ

К.В. Жуйкова

*Национальный технический университет Украины
«Киевский политехнический институт»*

На сегодняшний день в мире не существует универсального, едино утвержденного определения понятия «лизинг». Прежде всего это связано с существующими различиями в законодательных базах разных стран, а также в финансовых, статистических отчетности и налогообложении.

Лизинг – один из наиболее важных источников инвестиций. В мировой практике лизинг занимает второе место после банковского кредитования. Удельный вес инвестиций через лизинг от общей суммы национальных инвестиций в оборудование составлял в 1992 году в Нидерландах – 10,5%, Германии – 16,6%, Франции – 17,5%, Австрии – 19,9%, Швеции – 26,3%, Англии – 28,2%. В 1997 году по данным Европейской федерации Национальных Лизинговых Компаний – LEASEUROPE (European Federation of Equipment Leasing Company Associations) в общей сумме капиталозложений в машины, оборудование и недвижимость на долю лизинга только в Германии, Великобритании и Франции пришлось 63%.

Потенциальный рынок потребителей лизинговых услуг в Украине достаточно велик за счет значительного износа машинного парка. Так, одна из наиболее важных проблем, которая предстает перед государством, является техническое переоснащение аграрного сектора. Как сказал Президент Украины Л.Д. Кучма на Всеукраинском совещании по вопросам пореформенного развития аграрного сектора 11 марта 2002 года, «парк тракторов, комбайнов, других сельскохозяйственных машин за 10 лет уменьшился вдвое, а больше половины из тех, что остались, отработали амортизационный срок». На сегодняшний день, учитывая изменения, которые постоянно происходят в аграрном секторе, износ основных средств больше чем в 10 раз превышает их обновление. Только в прошлом году количество тракторов уменьшилось на 28 тысяч единиц. Это привело к тому, что только каждое третье фермерское хозяйство имеет трактор, каждое десятое – зерноуборочный комбайн. В данном случае наиболее эффективным и экономически выгодным для предприятий будет приобретение значительной части техники на условиях лизинга, что именно и наблюдается в развитых странах мира.

Объем лизинговых услуг имеет устойчивую тенденцию к росту. Однако после 1991 года наблюдался спад инвестиционной деятельности, который связан с распадом Советского Союза. Постепенное увеличение объемов лизинговых услуг и освоение новых рынков начался с 1993 года, когда страны бывшего Союза перешли к свободным рыночным отношениям.

Впервые понятие «лизинг» было упомянуто в Законе Украины «Про банки и банковскую деятельность». Сегодня лизинг регулируется Законом Украины «Про финансовый лизинг» (в редакции Закона № 1381- IV (1381-15) от 11.12.2003), который был принят 16 декабря 1997 года.

Налогообложение является мощным инструментом, который влияет на развитие разных секторов экономики. Операции лизинга подпадают под действие норм Закона Украины «Про налогообложение прибыли предприятий», Закона Украины «Про налог на добавленную стоимость», Закона Украины «Про налог на репатриацию». Во многих странах мира операции лизинга имеют налоговые льготы.

Вместе с системой налогообложения на экономическую деятельность и развитие влияет политика в области учета и подготовки финансовой отчетности. Учет лизинговых операций осуществляется согласно Закону Украины «Про бухгалтерский учет и финансовую отчетность в Украине» и Положению (стандарта) бухгалтерского учета № 14 «Аренда», утвержденному указом Министерства финансов Украины от 28 июля 2000 года № 181. В стандартах учета и подготовки финансовой отчетности по лизинговым операциям обязательно отображаются такие важные для лизинга элементы, как методы амортизации, оценки и учета объекта лизинга, а также пути отнесения расходов, которые появляются на протяжении лизинговой деятельности, на затраты.

Согласно Закону «финансовый лизинг» определяется как вид гражданско-правовых отношений, который возникает из договора финансового лизинга. По договору финансового лизинга лизингодатель обязуется приобрести в собственность предмет у продавца (поставщика) согласно установленным лизингополучателем спецификациям и условиям и передать его в пользование лизингополучателю на определенный срок не меньше одного года за определенную плату (лизинговые платежи).

Таким образом, лизинг можно рассматривать как форму кредита, согласно которому одна сторона (лизингодатель) предоставляет в пользование другой стороне (лизингополучателю) объект лизинга на определенный срок за определенную плату, оговоренную таким договором.

Как уже было сказано ранее, лизинг является одним из наиболее привлекательных инвестиционных источников внедрения и реализации проектов, как в сельском хозяйстве, так и в других сферах экономики / предпринимательства. Он выгоден как для лизингополучателя, так и для лизингодателя.

Сторонами классического лизингового договора являются лизингодатель, лизингополучатель и производитель (поставщик) имущества.

Будущий лизингополучатель, у которого нет возможности высвободить достаточное количество денежных средств для закупки необходимого оборудования, обращается в лизинговую компанию с предложением оформить лизинговый договор согласно ранее поданной заявке. В свою очередь лизинговая компания осуществляет финансово-экономический анализ будущего лизингополучателя (изучение и анализ баланса, платоспособности, будущих планов развития деятельности предприятия). Если после проверки предприятие определено как перспективное, лизингодатель подбирает необходимое оборудование и покупает его у производителя (поставщика). После чего объект лизинга передается лизингополучателю на оговоренных договором условиях. Оборудование после окончания срока действия контракта может быть передано в собственность лизингополучателю или возвращено лизингодателю.

Количество участников в лизинговой схеме зависит от сложности реализуемого договора/проекта.

Для эффективного функционирования всей лизинговой схемы должны выдерживаться и исполняться следующие условия:

- лизинговый процент (с учетом стоимости кредита, страхования и интереса лизинговой компании) не должен превышать уровня рентабельности лизингополучателя. Так, например, в 2000 году, когда совокупная рентабельность сельскохозяйственных предприятий составляла 10,6%, минимальная льготная ставка по кредиту была 17,5%. Таким образом, только те предприятия были в состоянии получить кредит и вовремя вернуть его, где уровень рентабельности был больше 17%;
- срок получения объекта лизинга лизингополучателем должен четко выдерживаться. В сельском хозяйстве – это своевременная по-

ставка техники и оборудования, которая связана с сезонностью выполнения полевых работ;

- своевременное получение лизинговой компанией лизинговых платежей.

Лизинг играет особую роль в странах с переходными экономиками, где он часто является единственным средством финансирования, доступным для местных предприятий. Он имеет достаточно перспектив и играет большую роль как в реформировании аграрного сектора экономики Украины, так и в экономической жизни всей страны.

ЖИЗНЕСПОСОБНОСТЬ КАК КОМПЛЕКСНЫЙ КРИТЕРИЙ ЦЕЛОСТНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

С.П.Кайдановский

УО «Брестский государственный технический университет»

Республика Беларусь

Для повышения эффективности механизма выработки плановых решений необходимо учитывать глобальную цель коммерческой организации, функционирующей в нестабильной экономической среде. Такой целью является сохранение жизнеспособности предприятия в условиях нестабильной экономической среды, которая обеспечивает его производственно-финансовую устойчивость, наиболее эффективное использование ресурсов и перманентное инновационное развитие за счет своевременно выявления и учета дестабилизирующих факторов и принятия оптимальных решений по восстановлению равновесия.

Для разработки формализованной модели управления жизнеспособностью коммерческой организации используем программно-целевой подход. Дерево целей предприятия представлено на рис.1.

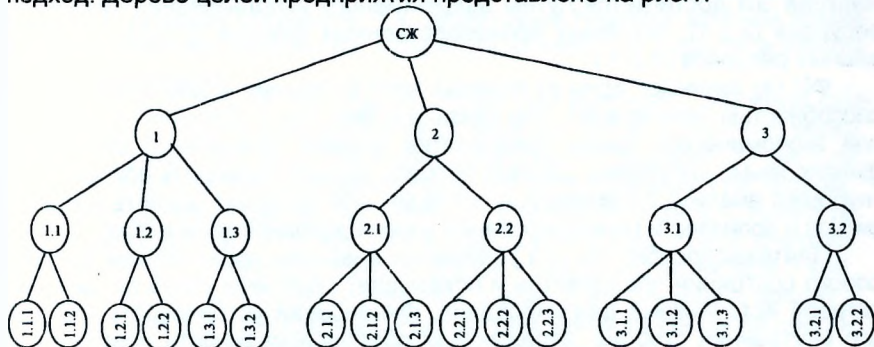


Рис. 1. Дерево целей предприятия

Сохранение жизнеспособности предприятия является глобальной целью. Для её достижения необходимо обеспечить, во-первых, производственно-коммерческую стабильность (ПКС) (1), во-вторых, экономи-

ческую эффективность (ЭЭ)(2), в-третьих, финансовую стабильность (ФС)(3). Эти задачи образуют локальные цели первого уровня. Рассмотрим их дальнейшую детализацию путём выявления задач, способствующих достижению целей первого уровня.

Сохранение ПКС требует непрерывности производственного процесса (1.1.), конкурентоустойчивости предприятия (1.2.) и постоянного инновационного развития предприятия (1.3.). Это группа локальных целей второго уровня, которая далее представляется в виде локальных целей третьего уровня.

Так, непрерывность производственного процесса (1.1.) достигается при соответствии величины производственной мощности производственной программе (1.1.1.) и наличии надёжной системы снабжения всеми требуемыми ресурсами (1.1.2.). Под производственной мощностью предприятия понимается максимально возможный выпуск продукции при полном использовании производственного оборудования.

Не менее важной задачей в процессе сохранения ПКС является обеспечение конкурентоустойчивости предприятия (1.2.) за счёт действенной системы маркетинга (1.2.1.) и конкурентоспособности продукции (1.2.2.).

В условиях развоятого рынка, требующего высоких темпов научно-технического прогресса, постоянного внедрения новейших технологий, предприятию для обеспечения производственно-коммерческой стабильности необходимо поддерживать своё инновационное развитие, что отражено локальными целями третьего уровня. Под последними понимается проведение научно-технических исследований (1.3.1.) и внедрение достижений НТП в деятельности предприятия (1.3.2.).

Вторым крупным элементом в системе управления является ЭЭ (2), которая делится на общую (2.1.) и частную (2.2.). К показателям, характеризующим общую ЭЭ относятся: рентабельность капитала (2.1.1.); рентабельность производства (2.1.2.); рентабельность продаж (2.1.3.). Частная ЭЭ достигается путём эффективного использования трудовых ресурсов (2.2.1), основных производственных фондов (2.2.2.), материальных ресурсов (2.2.3.).

ФС (3) занимает одно из главных мест в системе управления жизне-способностью организации. Это связано с тем, что в условиях нестабильной экономической среды предприятие должно эффективно управлять финансовыми ресурсами. Данный процесс должен проходить при помощи глубокого анализа сложившейся ситуации, что позволит оценить степень рисков и произвести прогнозирование уровня доходности капитала.

Платежеспособность (3.1.) является внешним проявлением финансового состояния предприятия и показывает обеспеченность оборотных активов источниками формирования. Финансовая устойчивость (3.2.) – его внутренняя сторона, отражающая сбалансированность денежных и товарных потоков, средств и источников их формирования.

Для оценки платежеспособности предприятия (3.1.) используются показатели, которые различаются набором ликвидных активов, необходимых для покрытия краткосрочных обязательств. К ним относятся: коэффициент абсолютной ликвидности (3.1.1.); коэффициент промежуточ-

ной ликвидности (3.1.2.); коэффициент текущей ликвидности (отношение всей суммы оборотных активов к общей сумме краткосрочных обязательств) (3.1.3.). Финансовая устойчивость предприятия (3.2.) зависит от оптимальной структуры источников капитала (3.2.1.) и структуры активов предприятия (3.2.2.).

Таким образом, коммерческая организация, ставящая перед собой цель сохранить или повысить уровень своей жизнеспособности, должна стремиться к достижению целей всех уровней. Это позволит обеспечить эффективность её функционирования в условиях нестабильной экономической среды.

ЭФФЕКТИВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛИЗИНГА – ОДИН ИЗ ВАРИАНТОВ УСКОРЕННОГО ОБНОВЛЕНИЯ ОСНОВНЫХ ФОНДОВ

Л.В. Кульгавчук, Г.Г. Ключко,

*УО «Брестский государственный технический университет»,
Республика Беларусь*

Эффективность промышленного производства в значительной мере зависит от уровня использования основных фондов.

Однако, в настоящее время их состояние в Республике Беларусь весьма плачевное: степень изношенности по основным отраслям экономики, в среднем, составляет около 80%.

Одним из эффективных направлений обновления основных фондов является расширение сферы лизинговых услуг.

Лизинг в качестве альтернативного варианта может заменять источники долгосрочного и краткосрочного финансирования при приобретении основных средств, поэтому преимущества и недостатки лизинговых операций сравнивают, в первую очередь, с преимуществами и недостатками источников финансирования (долгосрочных и среднесрочных кредитов).

Недостатком лизинга, по сравнению с кредитами банка, является его более высокая стоимость, т.к. лизинговые платежи должны покрывать амортизацию имущества, стоимость вложенных средств и некоторую часть прибыли.

В данной работе мы не ставили целью рассматривать основную сущность лизинга и его преимущества, лишь заметим, что их достаточно много.

Эффективность лизинговых операций может определяться как у лизингополучателя, так и лизингодателя, мы же остановимся на первом.

Допустим, предприятию необходимо приобрести станок. Стоимость его у лизингодателя – 500 тыс. руб. с равномерной рассрочкой платежа на 5 лет. Если приобретать данный станок у завода изготовителя – 400 тыс. руб. Однако во втором случае нам придется использовать кредит банка на 5 лет под 10% годовых. Рассмотрим, какой из способов приобретения оборудования будет иметь преимущество.

Решение данной проблемы с позиции арендатора сводится к определению приведенных к текущей дате чистых платежей по обоим вариантам и последующему их сравнению.

Для этого необходимо определить дисконтированную текущую стоимость посленалоговых платежей:

а) в случае лизинга

$$L = E_0 + \sum_{i=1}^n \frac{L_i(1 - K_n)}{(1+r)^i}$$

- где L_i - периодический лизинговый платеж;
 K_n - ставка налога на прибыль;
 E_0 - предоплата;
 r - норма дисконта;

б) в случае покупки за счет кредита

$$K = E_0 + \sum_{i=1}^n \frac{K_t + P_t - P_t \times K_n - A_t \times K_n}{(1+r)^i} - \frac{SV_n}{(1+r)^n}$$

- где K_t - периодический платеж по погашению кредита;
 P_t - проценты за кредит в периоде t ;
 $P_t \times K_n$ - налоговая льгота по процентам за кредит;
 $A_t \times K_n$ - налоговая льгота на амортизацию;
 $SV_n/(1+r)^n$ - современная величина остаточной стоимости объекта на конец срока операции.

Если $L < K$, то выгоднее лизинг, и наоборот.

Сравнительный анализ эффективности лизинга и банковского кредитования покупки основных средств

Показатель	Год					Итого
	1	2	3	4	5	
Вариант 1						
Возврат кредита	80	80	80	80	80	400
Остаток кредита	320	240	160	80	-	-
Проценты за кредит	40	32	24	16	8	120
Общая сумма платежа	120	112	104	96	88	420
Налоговая льгота по процентам за кредит	-12	-9,6	-7,2	-4,8	-2,4	-36
Посленалоговая стоимость кредита	108	102,4	96,8	91,2	85,6	484
Амортизация (5 лет)	80	80	80	80	80	400
Налоговая льгота на амортизацию	-24	-24	-24	-24	-24	-120
Посленалоговая стоимость объекта	84	78,4	72,8	67,2	61,6	364
Дисконтированная стоимость инвестиций ($r=10\%$)	76,4	64,8	54,7	45,9	38,2	280
Вариант 2						
Лизинговый платеж	100	100	100	100	100	500
Налоговая льгота по лизингу	-30	-30	-30	-30	-30	-150
Посленалоговая стоимость лизинга	70	70	70	70	70	350
Дисконтированная стоимость лизинговых платежей ($r=10\%$)	63,6	57,8	52,6	47,2	43,5	265,4

Как видно из таблицы, более выгодным является лизинг оборудования, так как он позволяет снизить его стоимость на 14,6 тыс. руб. (280-265,4).

При оценке эффективности лизинга учитывается не только экономия денежных средств, но и другие его преимущества. Для этого используется система частных и обобщающих показателей, как и при оценке эффективности инвестиций, а именно: прирост объема продукции, повышение ее качества и конкурентоспособности, рост производительности труда, прибыли, рентабельности, сокращение срока окупаемости и т.д.

Рентабельность лизинга – это отношение суммы полученной прибыли к сумме затрат по лизингу.

Срок окупаемости лизинга для предприятия - лизингополучателя определяется отношением суммы лизинговых платежей к среднегодовой сумме дополнительной прибыли от применения арендуемых средств.

Прирост прибыли за счет использования лизингового оборудования можно определить одним из следующих способов:

а) умножение фактической суммы прибыли на удельный вес выпущенной продукции на лизинговом оборудовании;

б) умножением затрат по лизингу на фактический уровень рентабельности издержек предприятия;

в) умножением снижения себестоимости единицы продукции, произведенной на лизинговом оборудовании, на фактический объем продаж этой продукции.

Эффект может быть не только экономический, но и социальный, выражающийся в облегчении и улучшении условий труда работников предприятия. Исследование эффективности лизинга для лизингодателя является отдельной проблемой и подлежит дальнейшему изучению.

Литература

1. Жук В., Шиманович С. Преимущества лизинга как формы инвестирования. Нормативно-правовая среда развития лизинга в Республики Беларусь // Малый и средний бизнес в Беларуси № 3, 2000, С. 24-33.

2. Ничипорович С. Основные фонды: ситуация критическая/ Национальная экономическая газета, № 1, 2001 г., С. 8.

3. Савицкая Г.В. Анализ эффективности деятельности предприятия / - М.: Новое знание, 2003. – 1600.

АТТЕСТАЦИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БУХГАЛТЕРОВ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

О.Г. Лагунская

*Барановичский государственный университет, Барановичи,
Республика Беларусь*

Квалификация бухгалтерских кадров за последние годы снизилась. Совершенно естественно возросла их зависимость от государственных нормативных предписаний по ведению учета, особенно налогового. Увеличился интерес к различным консультациям, комментариям и толкованиям нормативных документов в ущерб концептуальным и приклад-

ным разработкам по методике бухгалтерского учета. Бухгалтер стал чаще озиаться на указания и методические инструкции, у него притупилась способность руководствоваться собственными профессиональными суждениями, совершенствовать организацию и методы бухгалтерского учета. Причины этого кроются в объективных обстоятельствах и в некоторых субъективных факторах. В условиях рыночной свободы в несколько раз увеличилось число юридических лиц — хозяйственных организаций, и каждой из них нужен главный бухгалтер. Квалифицированные же кадры быстро иссякли, зато начался бум ускоренной переквалификации инженеров, филологов, историков в бухгалтеров на разного рода курсах, не имевших опыта подготовки таких специалистов, в невероятно сжатые сроки. Низкая квалификация бухгалтерских кадров непосредственным способом негативно влияет на эффективность деятельности организации.

Для достижения эффективности всей деятельности организации бухгалтер должен быть высокопрофессиональным специалистом, не только владеющим фундаментальными знаниями в области учета, финансов и аудита, но и знакомым с современной проблематикой в этих областях и, главное, постоянно совершенствующим свой образовательный и профессиональный уровни.

Следовательно, в современных условиях все большее значение приобретает обеспечение экономических служб предприятий специалистами качественно нового уровня, обладающими не только фундаментальными теоретическими знаниями и практическими навыками в области применения национального законодательства и методик учета, но и в области международных стандартов.

Оценить уровень компетентности и потенциал профессионального роста бухгалтеров позволяют программы профессиональной сертификации, которые широко применяются в странах с развитой рыночной экономикой. Например, CPA (США), ACCA (Великобритания), CGA (Канада). При этом получение профессиональных сертификатов не является обязательной процедурой, однако имеет признание и служит индикатором высокой квалификации в профессиональной среде.

Предполагается, что специалист, получивший сертификат CPA-уровня, знаком со всеми основными направлениями бухучета, может вести учет компании и готовить все основные отчеты, включая налоговые декларации. Специалист, получивший сертификат уровня CPA, может высококвалифицированно анализировать учетную информацию, профессионально осуществлять финансовое управление.

В международном сообществе проводится существенное различие между бухгалтером как высокопрофессиональным специалистом и рядовым работником в области учета. Владение рутинной техникой бухгалтерских записей, даже подкрепленное продолжительным стажем работы в области учета, не является определяющим для получения квалификации "профессиональный бухгалтер". Тенденция последних лет

такова, что (главный) бухгалтер (иначе - профессиональный бухгалтер) рассматривается как непреходящий и активный участник процесса управления хозяйствующим субъектом, особенно в области финансовой политики.

Сертификация, аттестация бухгалтеров весьма актуальны для Республики Беларусь. Согласно принятой Государственной программе перехода на международные стандарты бухгалтерского учета (утвержденной постановлением Совмина от 4.05.1998г. N 694, с изменениями) переход к международным стандартам бухгалтерского учета в Республике Беларусь невозможен без активного сотрудничества с соответствующими международными организациями.

В заключение отметим, что Беларусь должна найти свой путь, предусматривающий порядок проведения аттестации профессиональных бухгалтеров. Это может быть либо добровольная аттестация всех желающих бухгалтеров, либо обязательный комплексный экзамен для определенных категорий работников экономических служб.

Литература

1. Палий В.Ф., Квалификация бухгалтерских кадров // Бухгалтерский учет №9, 2004г.
2. Шеремет А.Д., Подготовка профессиональных бухгалтеров и аудиторов в соответствии с международными стандартами// Бухгалтерский учет №6, 2004г.
3. Романов А.Н., Профессиональные бухгалтерские объединения: возможности регулирования учета// Бухгалтерский учет, №5, 2004г.
4. Романов А.Н., Островский О.М., Ковалев В.В., О международных тенденциях в развитии бухгалтерской профессии // Бухгалтерский учет №4, 2004г.

ОСОБЕННОСТИ КЛАССИФИКАЦИИ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ НА СТАДИИ САНАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Н.В. Потапова

*УО «Брестский государственный технический университет»,
Республика Беларусь*

На современном этапе развития экономики Республики Беларусь направленность государственной политики на оздоровление предприятий обуславливает необходимость обращения особого внимания на вопросы в области финансов и обеспечения учетного процесса на стадии санации предприятий-должников. Важным вопросом является организация расчетов с кредиторами в период конкурсного производства регулируется Законом РБ «Об экономической несостоятельности (банкротстве)» [1]. Традиционные подходы к классификации обязательств (например, на долгосрочные и краткосрочные) не позволяют в достаточной мере обеспечить возможность оперативного контроля за расчетами с кредиторами в процессе конкурсного производства с санацией.

С даты открытия конкурсного производства наступает обязанность досрочного исполнения всех денежных обязательств должника, а также уплаты ранее отсроченных обязательных платежей должника (ст. 90 Закона). При этом приостанавливается удовлетворение требований кредиторов по всем платежным обязательствам должника, кроме возмещения вреда, причиненного жизни или здоровью граждан, и морального вреда, а также выплат выходных пособий и оплаты труда персонала, выплат вознаграждений по авторским договорам, алиментов (ст. 91 Закона). Следовательно, все обязательства предприятия, за исключением перечисленных, на дату открытия конкурсного производства становятся **просроченными**.

При введении санации срок исполнения данных просроченных обязательств откладывается судом. Поэтому задолженность, имеющуюся у предприятия на дату открытия конкурсного производства, определим как **просроченные отложенные обязательства**.

Просроченная отложенная кредиторская задолженность должна быть подтверждена требованиями кредиторов к должнику (ст. 42 Закона). Кредиторы вправе предъявить требования к должнику в течение двух месяцев со дня открытия конкурсного производства (ст. 93 Закона). Требования кредиторов рассматриваются управляющим в семидневный срок, а затем по каждому требованию **управляющий** выносит решение о признании требования и его размера, либо выдвигает возражения и **требование кредиторов отклоняет**. То есть просроченные отложенные обязательства должника, подтвержденные требованиями, по которым управляющим не выдвинуты возражения в срок, относятся к **признанной задолженности**, возникшей на дату введения санации.

Если управляющий отклоняет требования по определенным причинам, такие обязательства вызывают сомнения о необходимости их погашения, по ним начинаются судебные разбирательства, поэтому до вынесения по ним судебного определения их следует отнести в состав **сомнительной задолженности**. Сомнительные обязательства могут быть **признаны** судом, если суд отклоняет требование, они остаются в составе сомнительных.

Так как в процессе санации предполагается ряд процедур, влекущих за собой текущие затраты, целесообразно разделить учет и контроль текущих обязательств и отложенных обязательств, имеющих на дату введения санации. Это позволит повысить степень контроля за исполнением обязательств, даст возможность согласовать работу управляющего и финансовых служб. Необходимость применения предложенной классификации обосновывается также тем фактом, что погашение **текущих обязательств осуществляется вне очереди** (ст. 102 Закона), а **выплаты отложенной задолженности производятся в очередности**, установленной законодательством о банкротстве (ст. 138, 144 Закона) (рис. 1).

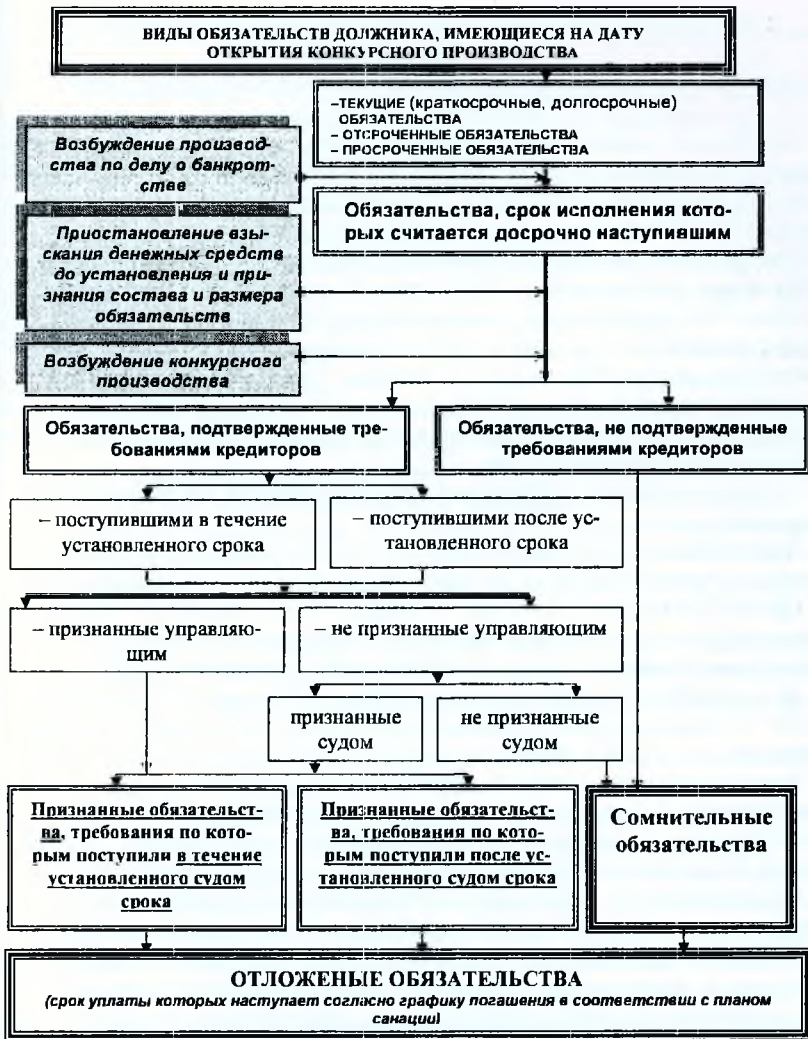


Рис.1. Классификация обязательств предприятия–должника в процессе санации.

Литература:

1. Об экономической несостоятельности (банкротстве): Закон Республики Беларусь, 18 июля 2000 г. № 423-З. – Мн.: Амалфея, 2001.– 208 с.

САНАЦИЯ КАК ФОРМА ОЗДОРОВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

О.В. Сенокосова

УО «Брестский государственный технический университет»,
Республика Беларусь

На основе анализа экономической литературы можно рассмотреть виды санации в разрезе следующих классификационных признаков:

➤ по времени осуществления (проведения) оздоровительных мероприятий санация делится на досудебную и судебную.

Досудебная санация – комплекс мероприятий, направленных на обеспечение стабильной и эффективной хозяйственно-экономической деятельности предприятия, принимаемых руководителями, собственником, учредителями и другими уполномоченными органами до подачи в хозяйственный суд заявления о признании предприятия банкротом.

Судебная санация – проводимая временным управляющим система мероприятий, направленных на восстановления платежеспособности предприятия по решению суда.

➤ по иницилирующим субъектам санация делится на добровольную и принудительную.

Добровольной считается санация, проводимая по решению собственников (участников) предприятия, его руководства или акционеров.

Принудительная санация проводится по решению кредиторов, прокурора, органов государственного управления по делам о банкротстве или иных уполномоченных на это органов по решению суда.

➤ по характеру финансирования оздоровительных мероприятий выделяют санацию с привлечением внешних источников финансирования и санацию с использованием внутренних источников финансирования.

Финансирование **санации, проводимой с привлечением внешних источников**, осуществляется за счет получения кредитов, займов, государственного целевого финансирования, привлечения денежных средств и имущества сторонних инвесторов, выпуска акций и других.

Финансирование **санации с использованием внутренних источников** осуществляется за счет прибыли от всех видов деятельности, амортизационного, добавочного и резервного фондов, фонда накопления, средств, вырученных от продажи части активов предприятия.

➤ по степени огласки и доступности информации внешним пользователям выделяют открытую и скрытую санацию [1, с. 51].

Скрытая санация осуществляется предприятием самостоятельно, без огласки, чтобы не дать повода конкурентам усомниться в его финансовом положении и не допустить снижения курса акций.

Открытая санация проводится по решению уполномоченных органов с назначением внешнего управляющего.

➤ в зависимости от субъекта управления выделяют внешнюю и внутреннюю санацию.

Внешняя санация осуществляется временным управляющим, ко-

торый назначается хозяйственным судом РБ на определенный срок и несет ответственность за результаты проведения санкции [2, ст. 34].

Ответственность за проведение оздоровительных мероприятий при **внутренней санации** возлагается на руководителя предприятия.

➤ по видам (функциональной роли) выделяют:

производственно-технологическую санацию (усовершенствование производственного процесса, внедрение новых технологий с целью повышения конкурентоспособности продукции);

кадровую санацию (повышение производительности труда и эффективности управления кадрами, снижение расходов на оплату труда, сокращение количества работающих на предприятии и др.);

маркетинговую санацию, заключающуюся в обновлении системы сбыта и снабжения на предприятии и повышении ее эффективности.

финансовую санацию, (привлечение дополнительных источников финансирования (инвестиционных, кредитных, целевого государственного финансирования), получение отсрочки по долгам). Разновидностью финансовой является **инвестиционная санация**.

бухгалтерскую санацию, состоящую в проведении оздоровления предприятия с использованием инструментов бухгалтерского учета.

➤ в зависимости от проводимых оздоровительных мероприятий выделяют:

а) санацию с привлечения средств владельцев (собственников, участников) предприятия (использование средств, внесенных в уставный фонд предприятия: уменьшение номинальной стоимости акций или их количества путем выкупа части акций у их владельцев);

б) санацию с привлечением средств кредиторов (продлонгация и реструктуризация задолженности; полный или частичный отказ от существующих требований; предоставление дополнительных кредитных ресурсов; перевод кредиторской задолженности в уставный фонд);

в) санацию с привлечением средств персонала предприятия (финансирование санации персоналом посредством отсрочки или отказа от премий; отсрочки выплаты заработной платы; предоставления работниками займов; покупки сотрудниками акций предприятия);

г) санацию с привлечением средств государства (бюджетные ссуды, субсидии, дотации, полный или частичный выкуп государством акций, отсрочка налогов, льготное налогообложение);

д) санацию путем реорганизации (реструктуризации) должника (слияние, присоединение, разделение, выделение, преобразование).

Литература

1. Оздоровление предприятия: экономический анализ /В. С. Кивачук. – М.: Изд.-во деловой и уч. лит.; Мн.: Амалфея, 2002. – 384 с.
2. «Об экономической несостоятельности (банкротстве)» / Закон Республики Беларусь от 18.06.2000 г. № 423-З.

АМОРТИЗАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА В ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОМ ПЕРИОДЕ

Е.О. Трифонова

УО «Брестский государственный технический университет»,
Республика Беларусь

Начало 90-х годов XX века ознаменовало новый этап в жизни общества – переход от индустриализации к постиндустриализму. Особое внимание уделялось «качеству жизни», что требовало замены морально устаревших моделей машин, оборудования и транспортных средств.

В условиях перехода к рыночным методам хозяйствования особое значение придается амортизационной политике в части основных средств, которая влияет на финансовые результаты деятельности предприятия. Получение прибыли напрямую связано с порядком начисления амортизации основных средств. При недостаточных отчислениях на амортизацию доходы искусственно увеличиваются, что создает картину благоприятного состояния для привлечения капитала. Это влечет убытки для собственников. Завышение амортизации, наоборот, увеличивает расходы и снижает налогооблагаемую базу. В связи с этим существует необходимость регламентации амортизационной политики на предприятии.

Амортизационная политика представляет собой комплекс мероприятий по определению способов перенесения стоимости основных средств на выпускаемую продукцию с их участием. Основными целями амортизационной политики являются обеспечение воспроизводства и обновления основных средств, аккумулирование ресурсов для осуществления инвестиционной и инновационной деятельности.

Для амортизационной политики в постиндустриальном периоде в части основных средств, используемых в предпринимательской деятельности, характерны существенные изменения. С 1975 года нормы амортизационных отчислений были установлены по отдельным объектам и группам основных фондов как на полное восстановление, так и на капитальный ремонт и модернизацию этих фондов.

С 1 января 1991 года были утверждены и введены в действие новые Единые нормы амортизационных отчислений на полное восстановление основных фондов народного хозяйства. В отличие от норм 1975 года они не включали проценты на капитальный ремонт. При необходимости предприятия создавали ремонтный (резервный) фонд с отчислениями в него средств по утвержденным нормативам на пятилетие.

В 1993 году Положением о порядке начисления амортизации (износа) на полное восстановление по основным фондам в народном хозяйстве был установлен порядок применения предприятиями метода ускоренной амортизации активной части производственных основных фондов с использованием коэффициента ускорения до 2,0. При применении данного метода балансовая стоимость основных средств быстрее переносится на издержки производства и обращения.

С 2002 года по желанию, а с 2003 года повсеместно предприятия перешли на новую амортизационную политику, которая учитывала современные закономерности физического и морального старения раз-

личных видов основных средств. Эта политика дала широкие возможности предприятиям в самостоятельном выборе амортизируемой стоимости, норм амортизации и сроков полезного использования основных средств. Учет интересов предприятий обеспечивается также применением различных методов начисления амортизации (линейный, нелинейный, производительный).

Влияние применяемого метода начисления амортизации на величину прибыли иллюстрирует условный пример. Объектом основных средств является трактор колесный общего назначения класса 3т Т-150К со сроком полезного использования 10 лет и стоимостью 21750 тыс. руб. При выборе предприятием линейного метода за 5 лет на издержки производства будет распределена сумма 10875 тыс. руб., что составляет 50 % стоимости трактора; при методе суммы чисел лет – 15818 тыс. руб. (72,7%); при методе уменьшаемого остатка с коэффициентом ускорения 2,5 – 16589 тыс. руб. (76,2%). Результаты расчетов представлены на рис. 1.

Предприятия, которые испытывают потребность в ускоренном обновлении основных фондов и имеют соответствующие возможности, могут применять нелинейные ускоренные методы амортизации.

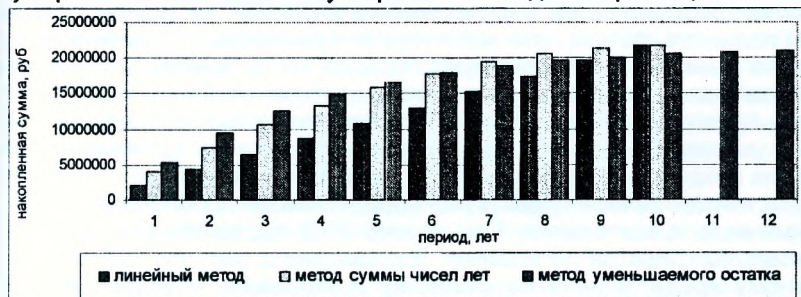


Рис.1. Сравнительный анализ методов начисления амортизации основных средств.

Внесенные изменения и дополнения в 2004 году обусловлены в основном с переходом на Новый план счетов. Новая Инструкция имела цель уточнить терминологию, упростить и упорядочить процедуру начисления амортизации.

Литература:

1. Инструкция о порядке начисления амортизации основных средств и нематериальных активов от 30.03.2004г. № 87/55/33/5.

НЕКОТОРЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ИПОТЕКИ В МОСКВЕ

Р.Н. Чайковский

ГК «Независимость», Москва, Россия

Сегодня в условиях перспективного развития столицы Российской Федерации огромное значение уделяется жилищной сфере города. Ежегодно в Москве строят 4,5-4,8 млн. кв. м жилья, из него - 1,6 млн. кв. м жилья возводится за счет бюджетных средств из городского заказа. Объе-

мы построенного жилья по городскому заказу подразделяются следующим образом: 1,0 млн. кв. м предназначено для переселенцев из старых 5-этажных домов и прочего ветхого жилья; 400 тыс. кв. м - для очередников; 200 тыс. кв. м - для молодых семей.

Действующая в настоящее время в Москве жилищная программа «Молодой семье - доступное жилье» предполагает продажу 1 кв. м жилья за 150 \$ США. Реально же этот квадратный метр продается за 450 \$ США. Поэтому сейчас ставится задача снизить продажу 1 кв. м жилья для молодых семей до 200 \$ США. Кроме того, отмеченная программа предполагает следующее. Во-первых, сдача жилья молодым семьям в коммерческий наем сроком на 5 лет и более. Во-вторых, после окончания срока коммерческого найма предоставление возможности молодой семье купить другую квартиру на рынке жилья с возвратом обратно городу занимаемой ею квартиры. При этом предполагается система льгот по снижению стоимости 1 кв. м жилья при покупке молодой семьей новой квартиры. Безусловно, определенное неудобство представляет двойной переезд с одной квартиры в другую, но в целом данный механизм достаточно эффективен.

Важной составляющей перспективного развития жилищной сферы Москвы является ипотека. Это залог под приобретаемую недвижимость. Сейчас на рынке ипотеки действуют порядка 10-15 банков. Они реализуют 9 различных программ ипотечного кредитования. Среди них можно выделить программы: коттеджного строительства; по улучшению жилищных условий населения города; для молодоженов (с пониженной ставкой за кредит); для молодых семей, имеющих детей.

В настоящее время существуют определенные проблемы в развитии ипотечного кредитования. Так, за весь 2002 год по Москве было выдано всего 40 кредитов по ипотеке. Это связано с тем, что выплаты по ипотечному кредитованию по существу приближены к коммерческим процентам за них. В целом по РФ они составляют 20% годовых, а по Москве - 13-15% годовых по ипотеке. При этом, например, в США, Канаде, Германии выплаты за кредит по ипотеке составляют 3-4% в год. В ближайшие 2-3 года Правительство Москвы предполагает создать условия для снижения процентов по ипотеке в городе почти в два раза (до 7-8% годовых). Существует и другая сложность развития ипотечного кредитования. Это определенная трудоемкость оформления всех необходимых документов по сравнению с прямыми продажами квартир на рынке жилищного домостроения. Кроме того, помимо значительных годовых ставок за ипотечный кредит существуют и другие дополнительные расходы. Например, мы покупаем квартиру за 70 тыс. \$ США. Прежде всего, следует внести первоначальный 30%-ный взнос от стоимости приобретенного жилья. При этом должна быть справка о доходах лиц, получающих ипотечный кредит. Это может быть один человек, либо семья из двух и более работающих членов семьи. Доход должен составлять не менее 1000 \$ США в месяц. Раньше при покупке квартиры практиковалось устное подтверждение руководителями учреждений о наличии двойной бухгалтерии в оплате труда его работника, которое гарантиро-

вало получение ипотечного кредита. Далее от 1500 до 3000 \$ США взимается банком за обслуживание ипотеки. Сюда входит стоимость принятия и рассмотрения заявки на предоставление ипотеки. Причем в ипотечном кредите могут и отказать. Обслуживание ссудного счета потребует 1-1,5 % в год от общей стоимости квартиры. Кроме того, необходимо застраховать за свой счет в пользу банка свою жизнь, имущество и приобретаемое жилье. Кроме того, если вы продаете старое жилье для покупки нового через ипотечный кредит, следует иметь в виду, что необходимо будет уплатить налог на продажу имущества. Нотариус может взять от 1000 до 2000 \$ США, так как он будет исходить из 1,5% стоимости продаваемой квартиры не от оценки БТИ, а от ее рыночной стоимости. В связи с этим альтернативой ипотеке сегодня может выступать потребительский кредит.

В настоящее время максимальная сумма потребительского кредита достигает 17 тыс. \$ США (ранее она была 10-15 тыс. \$ США). При этом банки не требуют отчета, куда идут предоставляемые ими средства. Поэтому их можно направлять на доплату по ипотеке. Раньше процентные ставки по потребительскому кредиту были выше ипотечного кредита на 2-3%, сейчас - на 1,5%. Некоторые потребительские кредиты можно взять даже за 14% годовых, а ипотечные - лишь за 15% годовых. По срокам кредитования ипотека у нас рассчитана на 10-15 лет, а иногда и до 20 лет. Для примера на западе она рассчитана более, чем на 20 лет. Сроки же потребительского кредита по сравнению с ипотекой сегодня сократились с 2 раз до 1,5, но они, конечно же, значительно меньше сроков ипотечного кредитования.

Несмотря на недостатки ипотечного кредитования в целом оно перспективно. Надо правильно выбирать из средств какой программы ипотеки следует осуществлять покупку жилья. Необходимо отметить, что ипотекой не является способ кредитования жилья, когда имеется в продаже не готовая недвижимость, а предполагается финансирование ее строительства, потребительские жилищные кооперативы также не входят в систему ипотечного кредитования.

ФОРМИРОВАНИЕ РАЦИОНАЛЬНОГО ФИНАНСОВОГО МЕХАНИЗМА ТАРИФНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ГОРОДСКОГО ПАССАЖИРСКОГО ТРАНСПОРТА

О.В. Черных

*Белорусский национальный технический университет, г. Минск,
Республика Беларусь*

Главной задачей в области коммунального пассажирского транспорта является формирование пассажирообслуживающей системы, отвечающей интересам общества, современным стандартам и обеспечивающей эффективное использование ресурсов, транспортную и экологическую безопасность. Поддержка общественного транспорта должна быть отнесена к одной из приоритетных задач как республиканских, так и местных органов власти.

По мере развития конкуренции во взаимоотношениях предприятий городского коммунального пассажирского транспорта с заказчиками их услуг должна и будет усиливаться роль контрактной системы на конкурсной основе, базирующейся на расчетах экономически и технически обоснованных затрат транспортников. При этом технико-экономические расчеты стоимости обслуживания маршрутов по нормативам, учитывающим конкретные условия и особенности, должны быть приемлемыми для всех сторон. Расходы городского транспорта будут компенсироваться за счет средств, поступающих от оплаты проезда пассажирами, дотаций из местных бюджетов, а также путем привлечения средств из внебюджетных источников, в том числе целевых сборов, включая сборы с предприятий и организаций, предоставляемых их работникам. В тех случаях, когда работающим гражданам, в том числе и военнослужащим, льготы предоставляются по профессиональному признаку, возмещать затраты по их обслуживанию должны ведомства, в которых они работают и по представлению которых введены льготы. Все средства целесообразно консолидировать в целевом территориальном Фонде поддержки и развития городского коммунального пассажирского транспорта.

Таким образом, ключевая проблема устойчивого финансирования коммунального транспорта – это его стабильное финансирование, включая использование нетрадиционных источников. Для возмещения расходов, связанных с наличием льгот по оплате проезда, назрела необходимость правительственного решения, четко определяющего источники, механизм и порядок компенсации предприятиям и организациям их затрат (убытков) по обслуживанию пассажиров, имеющих льготы на проезд.

Основные суммы дотаций из местных бюджетов в настоящее время расходуются на покрытие убытков городского транспорта и, частично, на приобретение транспортных средств. В поступлениях по трансферту сумма дотаций городскому транспорту по покрытию убытков, связанных с льготниками, в настоящее время отдельно не выделяется.

Принимая за 100% все затраты по эксплуатационной деятельности предприятий городского транспорта, приобретению транспортных средств и развитию инфраструктуры, можно ожидать следующее долевое участие различных источников в финансировании ГКПТ: сбор с пассажиров платы за проезд – порядка 45 – 50%; поступления от транспортного налога – 6 – 8%; а также отчислений от лицензирования и других источников финансирования. Из бюджетов всех уровней потребуются дотации порядка 20 – 25%. Доля взносов в Фонд из прибыли от коммерческо-хозяйственной деятельности предприятий городского транспорта (рекламы, платных автостоянок, маршрутных и легковых такси, сдачи в аренду земли и т.д.) оценивается в пределах до 10% (в настоящее время такие поступления отсутствуют). Освобождение предприятий городского транспорта от уплаты местных налогов снизит себестоимость перевозок на 3 – 4%. Возможны и другие поступления.

Естественно, что перечень и размер возможных источников финансирования общественного транспорта будет изменяться в зависимости от условий города, уровня тарифов, количества пассажиров, которым предоставлены льготы на проезд, и других факторов.

Привлечение дополнительных источников финансирования предприятий городского коммунального пассажирского транспорта, усиление контроля за использованием средств, ограничение роста тарифов, организация финансирования транспортных пассажирских предприятий через целевой фонд позволит реально уменьшить расходы рядовых пассажиров, не имеющих льгот при оплате проезда. Этому безусловно будет способствовать введение механизма возмещения затрат по обслуживанию льготников из средств соответствующих ведомств и организаций. Использование средств предприятий и организаций на частичное возмещение затрат по обслуживанию своих рабочих и служащих также укрепит финансовую базу городских транспортных пассажирских предприятий и сократит число неоплаченных проездов.

НЕЛИНЕЙНЫЙ ПОДХОД К АНАЛИЗУ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

А.А. Шевчук

*УО «Брестский государственный технический университет»,
Республика Беларусь*

В данной статье мы бы хотели рассмотреть вопрос построения модели, позволяющей определить устойчивость финансового состояния предприятия. Если не принимать во внимание численные подходы к решению данного вопроса (методы анализа живучести, самообучающиеся деревья решений, нейронные сети, модель накопленной суммы, динамический анализ прошедших событий, теория хаоса, линейное целевое программирование, анализ нечетких множеств и др.), то все аналитические методики можно разделить на линейные и нелинейные (как одномерные, так и многомерные). И хотя в последнее время появляется все большее количество моделей, построенных на вышеперечисленных численных подходах, не получено явных доказательств, что с их помощью можно достигнуть лучших результатов, чем при использовании классических аналитических методов. Кроме того, аналитические методики наиболее просты и экономичны в применении, поскольку не требуют сложных расчетов, написания программных продуктов и т.д.

Одной из первых научных работ по анализу финансового состояния предприятия была статья У. Бивера, опубликованная в 1967г. ([1]), где он рассматривал вопрос диагностики финансового состояния предприятия, используя его финансовые показатели. Однако такой подход в полной мере не является удовлетворительным, поэтому появились попытки построения обобщающих, многомерных показателей. Среди них можно выделить модели Э. Альтмана (1968г.), Э. Дикена (1972г.), Р.

Таффлера (1982г.). Абсолютное большинство таких моделей, во-первых, являются линейными, а во-вторых, получены с использованием метода множественного дискриминантного анализа (МДА). МДА впервые был использован Э. Альтманом в 1968г. для построения своего Z-счета и с тех пор получил широчайшее распространение в финансовом анализе. И хотя с его помощью было построено огромное количество моделей анализа финансового состояния, он имеет ряд существенных недостатков: 1) предполагается, что независимые переменные, включаемые в модель, имеют многомерное нормальное распределение; 2) полученная модель предполагает дихотомическое деление фирм на банкротов и небанкротов; 3) очень сложно оценить реальную вероятность наступления кризисов/банкротства, поскольку модель рассчитывает лишь некоторое численное значение.

Итак, поставим задачу: получить нелинейную многофакторную модель, которая бы позволяла бы вероятностно оценить финансовое состояние предприятия. Мы бы не хотели в данной статье затрагивать вопрос отбора факторов, включаемых в модель (данный вопрос подробно рассмотрен в [2], с. 137-142): мы лишь опишем, как получить такую модель и рассчитать весовые коэффициенты ее параметров.

Будем искать вероятностную модель оценки финансового состояния в следующем виде ([3], с. 595-615):

$$P_i = \frac{1}{1 + \exp -(B_0 + B_1 X_{i1} + B_2 X_{i2} + \dots + B_n X_{in})} = \frac{1}{1 + \exp -(D_i)}$$

где P_i – вероятность наступления кризиса i -го предприятия;

$X_{i1}, X_{i2}, \dots, X_{in}$ – факторы модели;

B_0, B_1, \dots, B_n – весовые коэффициенты, подлежащие определению.

Оценка весовых коэффициентов производится с использованием метода максимального правдоподобия.

Полученная таким образом модель позволяет рассчитать **вероятность** наступления кризиса для каждого предприятия. Значение показателя P_i , поскольку является вероятностью, лежит в интервале $[0, 1]$ и увеличивается при увеличении D_i . Если значение D_i достигает минус бесконечности, то P_i принимает значение 0, если же D_i достигает плюс бесконечности, то P_i принимает значение 1.

Для определения, является ли предприятие потенциальным банкротом или нет, а также наступил кризис или нет, необходимо рассчитать т.н. «пограничное» значение, при превышении которого предприятие считается финансово неустойчивым.

Из преимуществ такого подхода можно выделить: 1) ее вероятностный характер; 2) нелинейность; 3) отсутствие требований о нормальности распределения параметров модели; 4) простота в получении; 5) возможность включения в модель качественных факторов.

К недостаткам модели относятся: 1) чувствительность к мультиколлинеарности факторов модели; 2) чувствительность к внешним воздействиям.

Итак, мы получили нелинейную многофакторную модель, позволяющую оценить степень финансовой устойчивости предприятия; описали методику расчета параметров модели; указали ее преимущества и недостатки.

Литература.

1. Beaver, W. Financial Ratios as Predictors of Failures // *Empirical Research in Accounting*, January 1967 – p. 71-111.
2. Черновалов А.В., Шевчук А.А. Прогнозирование несостоятельности действующих предприятий и фирм в Республике Беларусь // *Эковест*, выпуск 4, №1 – 2004 – с. 130-151.
3. Gujarati Basic Econometrics, Fourth Edition - London: McGraw-Hill, 2003.

НАЛОГОВАЯ НАГРУЗКА НА ЭКОНОМИКУ И СУБЪЕКТЫ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

В.И. Юрчик

*УО «Брестский государственный технический университет»,
Республика Беларусь*

Налоговая нагрузка характеризует долю подлежащих уплате и уплаченных налоговых платежей в бюджетные и внебюджетные фонды в общей сумме валового внутреннего продукта. При расчете налоговой нагрузки в целом на экономику выделяют два уровня: номинальный и реальный. Номинальная налоговая нагрузка характеризует фискальную направленность налоговой системы государства и определяется отношением причитающихся (начисленных) к уплате налогов и платежей в бюджет, бюджетные и внебюджетные фонды к ВВП за определенный период времени. Реальная налоговая нагрузка рассчитывается как отношение уплаченных в течение рассматриваемого периода налогов и платежей в бюджет, бюджетные и внебюджетные фонды к ВВП. Данный показатель в сопоставлении с номинальной характеризует эффективность действующей налоговой системы в рамках определенного государства и отражает фактические возможности экономики по формированию доходов бюджета. Разница между реальным и номинальным уровнем представляет собой сумму задолженности субъектов хозяйствования перед бюджетом в виде налоговых и неналоговых платежей в бюджет.

При расчете налоговой нагрузки всю совокупность налогов можно разделить на следующие группы: косвенные, прямые и смешанные. Косвенные налоги являются надбавкой к цене реализуемых товаров, работ, услуг. К ним относятся: НДС, акцизы, сборы в республиканский и местный фонд, налог с продаж, налог за услуги. Прямые налоги – это налоги, которые взимаются непосредственно с имущества или доходов налогоплательщика (налог на прибыль и доходы, налог на недвижимость, местные налоги из прибыли). Смешанные налоги, включаются в цену, но имеют разнообразные объекты налогообложения (экологический и земельный налог, отчисления в ФСЗН, единый налог от фонда оплаты труда).

Согласно данной классификации налогов в таблице 1 представлена структура налоговой нагрузки за 9 месяцев 2003 года и за 9 месяцев 2004 года, исчисленная в процентном отношении к ВВП.

Налоговая нагрузка в % к ВВП

Таблица 1

Показатели	9 месяцев 2003 года	9 месяцев 2004 года	Изменения
Косвенные налоги	18,2	18,2	-
Прямые налоги	8,4	9,2	+ 0,8
Смешанные налоги	2,5	2,4	- 0,1
Итого налоговой нагрузки:	29,1	29,8	+ 0,7

В текущем году налоговая система не претерпела значительных изменений по сравнению с 2003 годом. С 1 января 2004 года была снижена ставка НДС с 20 до 18 %, а также снижены ставки сборов в республиканский и местный фонд с 4,5 до 4,15 %. В целом налоговая нагрузка на экономику за 9 месяцев 2004 г. возросла на 0,7 % без учета отчислений в ФСЗН.

Доля прямых налогов в общем объеме налоговой нагрузки увеличилась на 0,8 % за счет:

- увеличения прибыли - согласно данным Министерства статистики и анализа РБ за 9 месяцев 2004 г. по сравнению с аналогичным периодом 2003 г. данный показатель возрос на 71,5 %;

- изменения критериев применения льготной ставки налога на прибыль в размере 15 %. Большая часть малых предприятий уплачивала данный налог на прибыль по льготной ставке.

Косвенные и смешанные налоги в общей структуре налоговой нагрузки не претерпели значительных изменений.

Для более детального изучения показателя налогового бремени необходимо учитывать величину налогового давления и на индивидуального налогоплательщика. Реальная налоговая нагрузка предприятия рассчитывается как отношение уплаченных налогов и сборов в бюджет и внебюджетные фонды к выручке, полученной от реализации продукции (работ, услуг) за определенный период времени:

$$P_{нн} = \frac{Н_{упл.}}{В} * 100\%,$$

где $P_{нн}$ – реальная налоговая нагрузка за определенный период;

$Н_{упл.}$ – сумма налогов и сборов, уплаченных в бюджет и внебюджетные фонды за определенный период;

$В$ – выручка, полученная от реализации продукции (работ, услуг).

Номинальная налоговая нагрузка предприятия определяется отношением суммы подлежащих уплате (согласно данным налогового учета) налогов и сборов в бюджет и внебюджетные фонды к выручке, полученной от реализации продукции (работ, услуг):

$$Н_{ин} = \frac{Н_{исчл.}}{В} * 100\%,$$

где $H_{нн}$ – номинальная налоговая нагрузка за определенный период;

$H_{исчл.}$ – сумма исчисленных налогов и сборов в бюджет и внебюджетные фонды за определенный период;

V – выручка, полученная от реализации продукции (работ, услуг).

Диапазон колебаний налоговой нагрузки по предприятиям различных отраслей в % к выручке

Отрасль	2000 год	2001 год	2002 год
Машиностроение	6,3 - 25,7	5,3 - 24,9	6,4 - 26,7
Легкая промышленность	11,8 - 24,7	10,1 - 27,6	13,1 - 25,5
Химическая промышленность	8,2 - 23,9	4,5 - 32,0	6,0 - 40,1
Пищевая промышленность	12,1 - 13,4	8,1 - 15,2	8,7 - 15,0
Электроэнергетика	7,0 - 14,4	10,0 - 17,6	12,9 - 19,0
Транспорт	15,0 - 26,0	20,2 - 25,1	15,4 - 28,8
Строительство	14,7 - 19,6	11,3 - 15,9	12,0 - 15,9
Сельское хозяйство	5,5 - 14,4	7,7 - 16,1	6,8 - 25,7

Неравномерное распределение налоговой нагрузки между субъектами предпринимательской деятельности внутри отрасли обусловлено применением льготного режима налогообложения, структурой производственных затрат, а также финансовыми показателями деятельности индивидуально каждого субъекта хозяйствования.

Литература:

1. Налоги в Республике Беларусь: Теория и практика в цифрах и комментариях / В.А. Гюрджан, Н.Э. Масинкевич, В.В. Шевцова. – Мн.: ПЧУП «Светоч», 2002 г.

MEJSCE I ROLA USŁUG W HANDLU MIĘDZYNARODOWYM

A.Rubachow, A.Holovach

Politechnika Częstochowska, Częstochowa, Polska

Usługi rynkowe są rodzajem produktu w pojęciu marketingu – mix. Usługi międzynarodowe to takie usługi które swoim zasięgiem obejmują obszar poza granicami kraju. Obrót takimi usługami jest regulowany zasadami handlu międzynarodowego. Rynki usług w świetle międzynarodowej integracji regionalnej uważa się za zintegrowane jeśli spełniają dwa warunki: - zarówno konsumenci jak i producenci usług mogą przemieszczać się swobodnie do innych krajów w celu skorzystania z oferowanych tam usług lub zaoferowania własnych tamtejszym użytkownikom; - w przypadku, gdy zbędny jest przestrzenny ruch zarówno usługodawcy jak i usługobiorcy. Powinno być tak aby usługobiorca na Białorusi mógł swobodnie skorzystać z usługi oferowanej przez firmę naprzykład w Polsce.

Są różne rodzaje usług. Do usług towarzyszących działalności produkcyjnej i handlowej od dawna, zaliczają czynności związane z transportem, logistyką, budownictwem, finansami i łącznością. Specjalnego znaczenia w gospodarkach krajów, szczególnie wysoko uprzemysłowionych, nabierają w ostatnich latach zwłaszcza usługi związane z nowoczesną

infrastrukturą gospodarki, takie jak usługi telekomunikacyjne, finansowe, informatyczne, informacyjne, oparte na systemach międzynarodowej transmisji danych na odległość dostępne drogą ON LINE do międzynarodowych banków danych. Do usług rynkowych w naszych krajach zaczęli zaliczać usługi turystyczne, sportowe, medyczne i tp. Znaczenie sektora usług w gospodarce wysoko rozwiniętych krajów cechuje się widocznym udziałem przekraczającym poziom 60% zarówno w strukturze PNB jak i zatrudnienia.

Integracja usług w handlu międzynarodowym polega przede wszystkim na likwidowaniu natężeń pomiędzy usługodawcą a usługobiorcą. Do głównych czynników natężeń występujących na zintegrowanym rynku usług należą: -asymetria w dostępie do informacji; -efekty zewnętrzne, np. w postaci oferowania usług logistycznych wraz z dobrami materialnymi zanieczyszczającymi środowisko naturalne; -naruszenie zasad konkurencji przez uzyskanie dominującej pozycji na zintegrowanym rynku usług.

Ograniczenia handlu usługami są w większości porównywalne z tymi, które dotyczą handlu towarami. Wartość międzynarodowych transakcji usługowych jest jednak trudniejsza do skontrolowania niż wartość transakcji towarowych, stąd bariery typu taryfowego są rzadko stosowane. W dziedzinie ograniczenia obrotów usługowych stosowane zwykle następujące sposoby: -ograniczenia ilościowe, szczególnie dotyczące konsumpcji krajowej (np. dotyczące reklamy , transportu); -udziały w rynkach zarezerwowanych dla producentów krajowych; -subsydia (np. w budownictwie); -reguly rządowe; -kontrola transferu środków płatniczych za granicę za wykonywanie usługi; -wymagania dotyczące kwalifikacji osób zajmujących się świadczeniem pewnych rodzajów usług (prawniczych, medycznych itp); -wymagania techniczne wobec dóbr kapitałowych; -problemy ustalania wartości celnej dóbr niezbędnych przy wykonywaniu usług.

Wszystkie bariery chronią rynek krajowy przed bardzo silną zagraniczną konkurencją. Wejście Polski do Unii Europejskiej wystawilo rynek polski na wielką próbę, która polega na utrzymaniu się przedsiębiorstw krajowych na rynku. Celem jest rozwój naszej gospodarki, dla czego Unia ma rozszerzyć horyzonty firm polskich.

Kraje wchodzące w skład Unii Europejskiej zawarły porozumienie, w którym w sposób szczególny zostały określone zasady wzajemnego obrotu dobrami i usługami.

Zgodnie z Traktatem Rzymskim swoboda prowadzenia działalności gospodarczej oznacza prawo prowadzenia i wykonywania działalności zarobkowej w innym kraju członkowskim przez osobę fizyczną lub prawną w ramach przedsiębiorstwa pierwotnego (założonego za granicą), czy też wtórnego (agencja, oddział, filia).

Świadczenie usługi to samodzielność z reguły odpłatna, ograniczona w czasie. Niezbędnym elementem tej działalności jest przekroczenie granicy państwowej przez usługodawcę lub samą usługę. Traktat Rzymski

wprowadził swobodę świadczenia usług i zakładania przedsiębiorstw na terenie państw członkowskich gwarantującą zasadę dyskryminacji. Swoboda wymiany usług transportowych, bankowych i ubezpieczeniowych została objęta odrębnymi postanowieniami. Ponadto większość krajów zachowała wewnętrzne restrykcje odnośnie do działalności usługodawców zagranicznych na swoim terenie. Traktat o Unii Europejskiej ukierunkował i przyspieszył proces przemian, podkreślając znaczenie zasady swobodnego podejmowania działalności na terenie któregokolwiek z państwa członkowskich uwzględniając reguły rządzące samozatrudnieniem, prowadzą do zwiększenia swobody świadczenia usług. Międzynarodowe transakcje w dziedzinie usług napotykają na większe bariery niż obroty towarowe. Duże znaczenie w procesie systematycznie postępującej liberalizacji handlu usługami ma rozwój nowoczesnych technologii, umożliwiających świadczeń usług na odległość. Usługi docierają na rynek kraju przynajmniej kilkoma kanałami: albo bezpośrednio z zagranicy w formie niematerialnej (np. poprzez Internet, jako informacja lub jej szczególny zapis, poprzez wykonywanie czynności poza granicami itp.), albo w formie uprzedmiotowionej razem z dobrami, a często też, żeby mogły zostać wyświadczone , usługodawca musi się pojawić na miejscu usługi.

Literatura

1. Internet <http://www.hycon.com.pl>

2. Klisiński J. Podstawy marketingu. Częstochowskie Wydawnictwo Naukowe przy Wyższej Szkole Zarządzania.2001

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЭЗ БЕЛАРУСИ

И. М. Граник

ЧУО "ИСЗ им. А. М. Широкова" БФ г. Брест, Республика Беларусь

В Республике Беларусь идет проработка механизма создания и функционирования шести свободных экономических зон, по которым приняты Постановления Кабинета Министров. Действующими зонами являются «Брест», «Минск», «Гомель-Ратон», «Витебск», «Могилев», «Гродноинвест».

Первой свободной экономической зоной в Республике Беларусь явилась СЭЗ «Брест», созданная в 1996 году. По принципу механизма свободной экономической зоны «Брест» идет формирование и механизмов функционирования СЭЗ «Минск», «Гомель-Ратон», «Витебск», «Могилев», «Гродноинвест».

Свободная экономическая зона «Гомель-Ратон» создана одновременно с СЭЗ «Минск» в марте 1998 года сроком на 50 лет. Зона располагает значительными площадями свободных земель для развития и внедрения новых инвестиционных проектов. Стратегическая цель зоны – сделать гомельскую свободную экономическую зону мощным центром технологического и финансового развития региона и страны в целом.

По состоянию на 01.10.2004г. в свободной экономической зоне «Гомель-Ратон» было зарегистрировано 39 предприятий-резидентов, удельный вес в СЭЗ РБ составляет 13,4%, из них действующими является - 35. Среднесписочная численность работников в среднем за период составила 5575 человек (или 26,3% в СЭЗ РБ, 1,3 раза выше численности 1999 г.). Общее число созданных рабочих мест в свободной экономической зоне составило 6815 (124,1% к 1999 году), в том числе дополнительно введено за 9 месяцев 2004 года – 528 мест. Общий объем произведенной продукции в фактических ценах производителей – 117535,3 млн. рублей. Объем внешней торговли резидентов зоны за указанный период – 94,15 млн. долларов, в том числе экспорт – 42,8 млн. долларов, импорт – 51,3 млн. долларов. (на основании данных статистической отчетности).

Свободная экономическая зона «Минск», как и другие экономические зоны Беларуси, является не столько территориальным образованием, сколько одной из форм ведения эффективной производственной деятельности. Стратегическая цель СЭЗ «Минск» состоит в стимулировании создания и развития в зоне производств, основанных на новых высоких технологиях обеспечения загрузки неиспользуемого в полной мере промышленного, интеллектуального и экспортного потенциала данного региона.

По состоянию на 01.10.2004 года в свободной экономической зоне «Минск» было зарегистрировано 85 предприятий, удельный вес в СЭЗ РБ составляет 29,2%, из них действующих – 80. Среднесписочная численность работников за указанный период года составила 4620 человека (21,8 % в СЭЗ РБ, что в 6 раз выше по сравнению с 1999 г.). За время функционирования зоны создано 6010 рабочих мест при этом только за 9 месяцев 2004 г. – 944 места. Общий объем произведенной продукции предприятиями-резидентами свободной экономической зоны за 9 месяцев 2004 года составил 231078,1 млн. рублей. Объем внешней торговли за анализируемый период составил 187,45 млн. долларов, в том числе экспорт – 90,78 млн. долларов, импорт – 96,67 млн. долларов. (на основании данных статистической отчетности).

В августе 1999 года на территории г. Витебска была создана комплексная свободная экономическая зона «Витебск», сроком на 30 лет. Отчетные данные по свободной экономической зоне «Витебск» на 01.10.2004 г. говорят о том, что общее количество зарегистрированных резидентов составило 28 предприятий (удельный вес в СЭЗ РБ 9,6%), из них действующими являются 16 (в сравнении к 2000 г. – 8 зарегистрированных предприятий, из них 4 – действующих). Среднесписочная численность работников зоны – 1635 человек (или 7,7% в СЭЗ РБ, в 2000 г. 12 человек), таким образом, за период функционирования общая численность занятых свободной экономической зоны «Витебск» увеличилась в 136,3 раза. За время функционирования свободной экономиче-

ской зоны создано 2259 рабочих мест, при этом только за 9 месяцев 2004 г. создано 421 рабочее место. В отчетном периоде резидентами зоны выпущено продукции на сумму 42104,4 млн. рублей. Внешнеторговый оборот за указанный период составил 41,26 млн. долларов, в том числе экспорт – 20,25 млн. долларов, импорт – 21,01 млн. дол. (на основании данных статистической отчетности).

В настоящее время свободная экономическая зона «Могилев» начала свою работу, и по состоянию на 01.10.2004 г. общее количество резидентов зоны составило 14 (4,8% в СЭЗ РБ). Списочная численность работников составила 258 человек (12,2% в СЭЗ РБ). Общее количество созданных рабочих мест – 625, в т.ч. 260 создано только за 9 месяцев 2004 г. Объем производства продукции в отпускных ценах на отчетную дату составил 7094,7 млн. рублей (0,8% в СЭЗ РБ), выручка от реализации – 7429,7 млн. рублей (0,7%). Внешнеторговый оборот на 01.10.2004 г. составил 10,23 млн. долларов, в том числе экспорт – 3,3 млн. долларов (1% в СЭЗ РБ, однако по сравнению с соответствующим периодом 2003 г. объем экспорта вырос в 30 раз), импорт – 6,9 млн. долларов (2,1% в СЭЗ РБ).

Свободная экономическая зона «Гродноинвест» создана согласно Указу Президента №208 от 16.04.2002 г. сроком на 30 лет. Общее количество резидентов свободной экономической зоны «Гродноинвест» по состоянию на 01.10.2004 г. составило 21 предприятие (7,2% в СЭЗ РБ). На отчетную дату в зоне создано 1928 рабочих мест, в том числе только за 9 месяцев 2004 г. – 712 мест (14,9% в СЭЗ РБ). Объем произведенной продукции в отпускных ценах составил 22709,9 млн. рублей (2,6% в СЭЗ РБ), а выручка от реализации составила 27178,4 млн. рублей. Объем внешней торговли зоны на 01.10.2004 г. сформировался в размере 25,76 млн. долларов, в том числе экспорт – 13,86 млн. долларов (4,2% в СЭЗ РБ), при этом темп роста составил 3,7 раза), импорт – 11,8 млн. долларов (3,5%).

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ И ТЕНДЕНЦИИ ФОРМИРОВАНИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО БОГАТСТВА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

М.В. Давидок, В.Л. Шабека

*Белорусский национальный технический университет, г. Минск,
Республика Беларусь*

На сегодняшний день данные Министерства статистики и анализа Республики Беларусь по оценке национального богатства нашей страны сильно занижены. Используемый в отечественной практике (страны СНГ) затратный подход к оцениванию национального богатства не отражает реальное положение дел в народном хозяйстве, а отсутствие теоретических разработок такого плана и обоснованных количественных оценок актуальными методами дискредитирует Республику Беларусь на международной арене и тем самым влияет на формирование объективного имиджа страны для потенциальных инвесторов.

По данным Минстата Республики Беларусь стоимость национально го богатства страны увеличивалась все последние годы и по состоянию на начало 2004 г. составила около 174,9 трлн. руб. (табл. 1).

Таблица 1 - Динамика роста и структура национального богатства РБ (по состоянию на конец года)

Годы	Элементы национального богатства, трлн.руб			
	Всего	В том числе		
		Основные средства	Оборотные средства	Домашнее имущество
1996	536,1	436,3	81,0	18,8
1998	2957,4	2632,7	227,7	97,0
1999	3622,7	2842,6	572,5	207,6
2000*	32,1	28,8	2,7	0,6
2001	95,9	86,6	7,5	1,8
2002	131,5	116,1	11,4	4,0
2003	174,9	152,6	15,3	7,0

* с учетом деноминации

Для того, чтобы иметь реальное представление о динамике представленных данных, сопоставим их с курсом доллара в соответствующий период и отразим полученные данные на графике (рис.1).

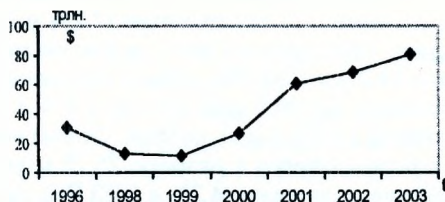


Рисунок 1. Динамика изменения национального дохода РБ

На основе полученных данных можно сделать выводы о том, что национальное богатство республики последние годы неуклонно растет и по сравнению с 1996 г. увеличилось почти в 3 раза, а по сравнению с 1999 – в 7 раз в долларовом эквиваленте.

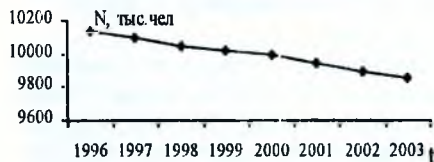


Рисунок 2. Динамика изменения численности населения РБ

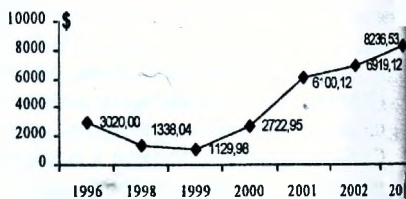


Рисунок 3. Изменение уровня национального богатства на душу населения

Однако эти данные нельзя считать объективными. В мировой практике используется показатель уровня национального дохода на душу населения. В нашей республике по состоянию на конец 2003 года он составил 8,2 тыс. \$ (рис. 3).

Для сравнения заметим, что аналогичный показатель в США, Швейцарии, Канаде и Японии за 2002 год составил от 300 до 400 тыс. долларов США. Расхождение поразительное и просто дискредитирующее экономический потенциал страны со всеми вытекающими последствиями с точки зрения влияния таких оценок на рейтинги кредитной привлекательности, странового риска и т.д.!

Для столь значимых расхождений в оценках есть целый ряд причин как организационного (форма сбора и подачи информации), так и методического плана (применение затратного подхода).

Для того чтобы представить соотношение «посчитанного» и фактического национального богатства, напомним, что национальное богатство включает в себя три основные составляющие: нефинансовые произведенные активы; нефинансовые произведенные активы; финансовые активы.

В первую группу, помимо «посчитанных» Минстатом РБ основных фондов и материальных активов, входит также категория «ценности». На практике данная группа активов не оценивается из-за недостаточности информации. Вторая группа – «нефинансовые произведенные ценности» – вообще не учтена при оценке национального богатства. Между тем, именно эта группа, включающая в себя землю, богатства недр, естественные биологические и подземные водные ресурсы, патенты, авторские права, договора об аренде, «гудвилл» и т.п. потенциально составляет наиболее существенную часть национального богатства. Не учитывается при оценке стоимости национального богатства и третья группа – финансовые активы, включающие в себя: монетарное золото; валюту и депозиты; ценные бумаги; займы и др.

В любом случае, основная часть национального богатства в настоящий момент выпадает из поля оценки, что приводит к занижению оценки в десятки раз.

Литература

1. Методологические положения по статистике, вып.2. Минстат РБ: Мн. – 2002.
2. Республика Беларусь в цифрах (стат. сборник). Минстат РБ: Мн.- 2000.

ЛОГИСТИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ОРГАНИЗАЦИИ ИНТЕРМОДАЛЬНЫХ ПЕРЕВОЗОК

О.Г. Дроздовская

*УО «Брестский государственный технический университет»,
Республика Беларусь*

Логистический подход к управлению автотранспортным предприятием связан с решением задач транспортной логистики на макро- и микроуровнях. Выбор наиболее эффективной формы организации перевозок для каждого конкретного случая является одной из таких задач.

В процессе перевозки количество видов транспорта, участвующих в доставке грузов может быть различным, в зависимости от этого транспортные системы могут быть одновидовыми (унивидовыми) и смешанными (комбинированными, интермодальными, мультимодальными). Смешанные перевозки позволяют интегрировано использовать все преимущества каждого вида транспорта и предложить потребителям продукцию высокого качества и приемлемые цены. В настоящее время применение различных видов смешанной перевозки является перспективным направлением в организации перевозочного процесса.

Интермодальная система доставки грузов относится к более сложным (особенно в международном сообщении) вариантам с точки зрения решения коммерческо-правовых, финансово-экономических, организационно-технических аспектов доставки и вопросов развития транспортной инфраструктуры. Менеджер по логистике должен учитывать ряд особенностей интермодальных перевозок: доставка грузов осуществляется несколькими видами транспорта по единому перевозочному документу с их перезагрузкой в пунктах перевалки с одного вида транспорта на другой без участия грузовладельца; договор перевозки с грузоотправителем заключает первый перевозчик от имени других операторов, принимающих участие в ее осуществлении, он подписывается отправителем и транспортной компанией; сроки доставки определяют исходя из времени, необходимого на доставку груза каждым перевозчиком, в соответствии с правилами действующими на различных видах транспорта; перевозчик несет ответственность за груз с момента принятия его от отправителя или другого перевозчика до момента передачи его смежному виду транспорта или выдачи грузополучателю.

При принятии решений в области организации функционирования интермодальной системы доставки грузов необходимо рассмотреть основные принципы работы такой системы:

- единообразный коммерческо-правовой режим;
- комплексное решение финансово-экономических аспектов функционирования системы;
- использование систем электронного обмена данными, обеспечивающих отслеживание перемещения груза, передачу информации и связь;
- единство всех звеньев транспортной цепи в организационно-технологическом аспекте, единая форма взаимодействия и координация всех звеньев транспортной цепи, обеспечивающих это единство;
- кооперация всех участников транспортной системы;
- комплексное развитие транспортной инфраструктуры различных видов транспорта.

Принцип единообразия коммерческо-правового режима предусматривает совершенствование правил перевозок грузов в международном сообщении на всех видах транспорта, а также разработку и внедрение новых унифицированных перевозочных документов для внутреннего

транспорта, учитывающих критерии эффективности логистической транспортной системы; упрощение таможенных процедур и использование стандартных коммерческих, перевозочных документов международного образца для работы на внешнем рынке.

Комплексное решение финансово-экономических аспектов функционирования интермодальной системы подразумевает установление унифицированных тарифных правил перевозки транзитных грузов и грузов внешней торговли в международном сообщении, а также разработку механизма финансовой ответственности за нарушение качества услуг для каждого звена логистической транспортной цепи.

Необходимым условием функционирования интермодальной системы является наличие информационной системы, с помощью которой осуществляется исполнение заказа, т.е. планирование, управление и контроль всего процесса доставки груза благодаря опережающей, сопровождающей и заканчивающей процесс доставки информации.

В мировой практике широко применяются различные системы электронного обмена данными, степень использования которых нередко определяет уровень конкурентоспособности логистических транспортных систем на рынке транспортных услуг. Принцип внедрения новых форм взаимодействия всех звеньев транспортной цепи, позволяет более эффективно организовать работу интермодальной перевозки. При этом гарантом и организатором взаимодействия всех звеньев транспортной цепи в системе является оператор интермодальной доставки грузов. Схему взаимодействия всех звеньев транспортной цепи в коммерческо-правовом, финансово-экономическом, организационно-технологическом аспектах, а также ряд отличительных признаков, относящихся к коммерческо-правовому аспекту функционирования интермодальной транспортной системы, определяет оператор.

В интермодальной системе доставки грузов благодаря эмерджентному эффекту результат деятельности системы оказывается выше, чем сумма отдельных частных результатов. Созданная система должна выполнять заданную по определенным критериям целевую функцию, несмотря на возможность несовпадения оптимумов целей отдельных частей с глобальным оптимумом цели системы.

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Е.И. Ерошенко,

*УО «Брестский государственный технический университет»,
Республика Беларусь*

Инвестиционно-строительный комплекс является одной из приоритетных отраслей народного хозяйства. Эффективность его функционирования оказывает влияние как на темпы развития, так и на конкурентоспособность экономики в целом. С развитием рыночных отношений ме-

няются условия функционирования строительных предприятий, возникают новые задачи производственного и организационно-технологического характера. Одним из перспективных направлений использования производственного потенциала является освоение международного рынка.

Однако ряд эндогенных факторов, таких как несбалансированность структуры производства, недостаточный учет инвестиционного спроса, отсутствие средств к повышению конкурентоспособности, мобильности и эффективности строительных процессов, обуславливают неудовлетворительное состояние внешней торговли Беларуси строительными услугами и ограничивают возможности противодействия иностранным конкурентам на внутреннем рынке.

Динамика внешней торговли Беларуси строительными услугами (таблица) свидетельствует о незначительном увеличении объемов экспорта за последние несколько лет, а привлечение строителей других стран (импорт) - о низких конкурентных позициях белорусских предприятий, вынуждающих заказчиков искать наиболее выгодные для себя условия за рубежом.

Таблица. Объем экспорта и импорта строительных услуг Беларуси, млн. долл. США / доля в экспорте-импорте услуг, %

Период	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Экспорт строительных услуг РБ	103,7/ 11,3	69,3/ 7,4	59,7/ 8,1	41,9/ 4,2	46,3/ 4,4	55,1/ 4,2	60,3/ 4
Импорт строительных услуг РБ	22,5/ 6,2	14,2/ 3,2	10,9/ 2,5	11/ 2,5	15,8/ 2,4	24,4/ 2,7	28/ 3

Большинство строительного-монтажных предприятий оказались не способными завоевать или удержать позиции на рынке. Казалось бы, при недогрузке мощностей у них появляются реальные предпосылки для ускорения строительства и повышения качества выполняемых работ. Но при участии в тендерах подрядчики, желающие получить выгодные заказы, назначают срски строительства объектов в 1,2-2 раза превышающие сроки, предлагаемые зарубежными конкурентами. Это происходит на стадии, когда фактор несвоевременного финансирования еще не влияет на заявленную продолжительность строительства.

Очевидна неконкурентоспособность и в вопросах качества готовой строительной продукции, в результате чего подавляющее предпочтение при сооружении элитных объектов на внутреннем рынке отдается турецким, финским, польским фирмам. Одним из препятствий выхода на международный рынок являются низкие темпы сертификации предприятий по системе качества ИСО-9000. Специализация на сравнительно продолжительных проектах сказалась в большинстве случаев на неспособности быстро переориентироваться на изменившийся спрос и рыночную конкуренцию.

В условиях полной самостоятельности предприятий главная ставка должна делаться на распространение новых организационных форм и

методов, стимулирующих динамичную приспособляемость к региональным особенностям. Большую роль в решении проблемы обеспечения гибкого реагирования строительных предприятий на изменение внешних и внутренних условий функционирования, должно играть создание целостных организационных систем, структура и управление которых сформированы с учетом мобильности материально-технических и организационно-экономических элементов.

Литература:

1. Платежный баланс РБ за 2002 год // Банковский вестник. – 2003. – № 17. – С 17-71.
2. Платежный баланс РБ за 2003 год // Банковский вестник. – 2004. – № 12. – С. 4-108.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОТРАСЛИ: ФАКТОРЫ И МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

А.Ф. Зубрицкий

*Белорусский национальный технический университет,
г. Минск, Республика Беларусь*

В мировой экономике происходят качественные изменения, связанные с глобализацией, неравномерностью развития, усилением борьбы между тенденциями формирования однополярного и многополярного мира, обострением конкурентной борьбы между странами, регионами и фирмами. В этих условиях, когда рынок получает признание в качестве общецивилизационной ценности, сила и мощь любого государства во все большей степени определяются конкурентоспособностью его производителей. Именно обеспечение конкурентоспособности лежит в основе разработки стратегии развития страны, отрасли, фирмы.

Конкурентоспособность формируется на различных уровнях: товара (услуги), компании, отрасли (рынка), региона, страны. В связи с этим следует различать соответственно конкурентоспособность товара, фирмы, отрасли, региона, страны. В общем виде конкурентоспособность означает способность выполнять свои функции (предназначение, миссию) с требуемыми качеством и стоимостью в условиях конкурентного рынка. Конкурентоспособность может определяться в сравнении с другими аналогичными объектами, часто лучшими.

Данная характеристика относится к оценочным показателям, поэтому предполагает наличие субъекта (кто оценивает), объекта (что оценивается), цели (критерия) оценки. Субъектами оценки могут быть органы государственной власти, организации, инвесторы, покупатели и т.п. Объектами оценки являются товар, фирма, организация, регион, страна. Критериями (целями) оценки могут быть положение на рынке, темпы развития, возможность расплачиваться за полученные заемные средства, потребительские свойства по отношению к цене товара и др. Поэтому данное многогранное понятие может быть определено в различных

аспектах в зависимости от решаемых задач. Возможны также различные методы оценки конкурентоспособности, построенные на основе статистических показателей, экспертных оценок, рангов.

Общее определение конкурентоспособности отрасли может быть сформулировано следующим образом: конкурентоспособность отрасли — это обусловленное экономическими, социальными, политическими и другими факторами положение отрасли и её отдельных товаропроизводителей на внутреннем и внешнем рынках, отражаемое через показатели (индикаторы), адекватно характеризующие такое состояние и её динамику.

Для оценки факторов формирования конкурентной способности отрасли в целом и возможности воздействия отраслевых органов власти на ее составляющие целесообразно использовать модель «национального ромба», предложенную М. Портером для страны. Роль отрасли в создании конкурентных преимуществ фирм можно исследовать по четырем взаимосвязанным направлениям (детерминантам), образующим «отраслевой ромб»: параметры факторов (природные ресурсы, квалифицированные кадры, капитал, инфраструктура и др.); условия спроса (уровень дохода, эластичность спроса, требовательность покупателей к качеству товара и услуг и др.); родственные и поддерживающие отрасли (обеспечивают фирму необходимыми ресурсами, комплектующими, информацией, банковскими, страховыми и другими услугами); стратегии фирм, их структура и соперничество (создают конкурентную среду и развивают конкурентные преимущества). В свою очередь каждый из детерминантов анализируется по составляющим, степени их воздействия на конкурентное преимущество отрасли, а также необходимости их развития.

Развитие конкурентоспособности отрасли, как и страны в целом (по М. Портеру), осуществляется по следующим четырем стадиям (уровням): конкуренция на основе факторов производства — конкуренция на основе инвестиций — конкуренция на основе нововведений — конкуренция на основе богатства. Первые три стадии обеспечивают экономический рост, последняя обуславливает застой и спад.

Конкурентное преимущество отрасли обеспечивается:

- на первой стадии — благодаря факторам производства: природным ресурсам, благоприятным условиям для производства товаров, квалифицированной рабочей силе (обеспечивается одним детерминантом);

- на второй стадии — на основе агрессивного инвестирования (в основном национальных фирм) в образование, технологии, лицензии (обеспечивается тремя детерминантами);

- на третьей стадии — за счет создания новых видов продукции, производственных процессов, организационных решений и других инноваций путем действия всех составляющих «ромба»;

- на четвертой стадии — за счет уже созданного богатства и опирается на все детерминанты, которые используются не полностью.

ОЦЕНКА НАРОДНОХОЗЯЙСТВЕННОГО ЭФФЕКТА ОТ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И СНГ (на примере транспортной отрасли)

А.В. Качинская, В.Л. Шабека
Белорусский национальный технический университет,
г. Минск, Республика Беларусь

В работе представляется теоретическое обоснование и пример укрупненной оценки эффекта от участия страны в формировании и развитии экономического союза (РБ и СНГ). Методика укрупненной оценки состоит из нескольких этапов и включает: разработку и обоснование принципов оценивания, алгоритма и конкретно-прикладных расчетов количественных показателей.

В качестве ключевых принципов укрупненного оценивания предлагаются следующие:

1) принцип *социальной ориентированности и значимости*. Его сущность заключается в выделении отраслей национальной экономики страны, в которых занята наибольшая часть экономически активного населения;

2) принцип *экономической значимости*. Его сущность заключается в выделении наиболее эффективных и значимых для национальной экономики секторов по признаку существенности их вклада в ее развитие;

3) принцип *интегральности оценивания*. Его сущность заключается в сведении количественных оценок значимости отраслей (по двум признакам) в едином интегральном показателе, позволяющем выделить отрасли, по которым будет проводиться оценивание;

4) принцип *обусловленности оценивания*. Его сущность заключается в качественном обосновании показателя, отражающего эффект результатов интеграции и его использования как независимой переменной.

Основными этапами алгоритма укрупненного оценивания следует считать следующие:

1. Обоснование наиболее значимых для Республики Беларусь отраслей, на примере которых будет осуществлено оценивание: выявление «социально значимых» отраслей на основе удельного веса занятости по отраслям экономически активного населения республики ($i_1^{\text{соц}}$); выявление экономически значимых отраслей на основе удельного веса вклада отрасли при формировании, например, прибыли организаций по отраслям экономики РБ ($i_2^{\text{экон}}$); расчет интегрального показателя значимости отрасли ($I_{\Sigma} = i_1^{\text{соц}} \times i_2^{\text{экон}}$), см. Табл. 1;

Таблица 1 Сводные данные оценки интегрального показателя значимости по двум критериям

Отрасль	I_{Σ}
Промышленность	1
Транспорт	0,067791
Торговля и общественное питание	0,044947

Источник: Министерство статистики и анализа РБ. Расчеты авторов

2. Обоснование зависимых переменных- отраслевых показателей которые будут использованы для получения количественных оценок для выбранных отраслей РБ (например, для транспорта – грузооборот, см. рис. 1);

3. Обоснование объясняющей переменной, выступающей как основной показатель уровня и темпов интеграции. Предлагается использовать импорт в качестве основного показателя внешней торговли РБ с субъектами СНГ (независимая переменная, обоснование см. рис. 2 и в табл. 2.).

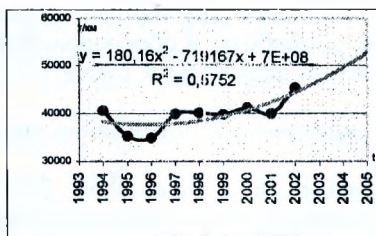


Рис. 1 Грузооборот по видам транспорта РБ

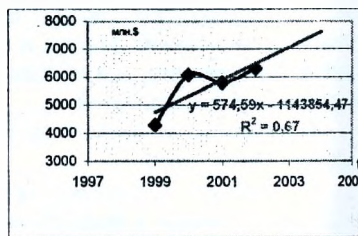


Рис. 2 Импорт РБ из стран СНГ

4. Итоговым – результирующим этапом алгоритма должно стать установление характера взаимосвязи ключевого показателя (зависимая переменная) одной из наиболее важных отраслей от одного из наиболее существенных показателей, отражающих развитие внешнеэкономических интеграционных связей (для примера с транспортом это импорт РБ из стран СНГ, см. рис. 2).

Таблица 2 Отраслевые показатели РБ

t	грузооборот, т/км	экспорт, млн. \$	импорт, млн. \$	товарооборот, млн. \$
	Y	X1	X2	X3
1999	39830	3621,6	4288,8	7910,4
2000	41214	4399,2	6070,4	10469,6
2001	40037	4493,7	5796,8	10290,5
2002	45355	4384,4	6295,3	10679,7
Корреляция Y/Xi		0,38	0,64	0,56

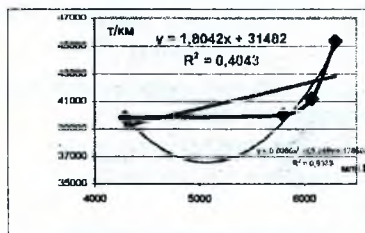


Рис. 3 Характер взаимосвязи импорта РБ из стран СНГ и грузооборота РБ

В качестве результата, итогового этапа алгоритма исследования можно получить количественные оценки эффекта (и его эластичности, см. рис. 3) от развития интеграции ключевых отраслей Республики Беларусь в экономическое пространство СНГ. Так, например, ожидается, что прогнозное значение импорта Беларуси из стран СНГ к концу 2004 года составит порядка 12'682,63 млн.\$. Тогда, с учетом оценки достоверности аппроксимации, приняв в качестве основного линейный закон, получим прогнозное значение величины грузооборота транспортной отрасли- 54'364 тонно-километров.

РЕГИОНАЛЬНОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО КАК ОСНОВА ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

Т.П. Козик

*УО «Брестский государственный технический университет»,
Республика Беларусь*

Основными факторами, определяющими внешнеэкономическую деятельность предприятий Беларуси, являются особенности ее соседства:

- расположение Беларуси между Россией и странами ЕС при растущей заинтересованности Европейского Союза в доступе к сырьевым запасам России;
- наличие в Беларуси мощного промышленного комплекса, ориентированного на внешние рынки готовой продукции и внешние источники сырья, что предопределяет роль Беларуси не только как транзитной страны, но и как непосредственного организатора значимого экономического обмена;
- сложившийся в Беларуси транспортный узел, определяющий ее статус коллектора-распределителя в регионе.

Беларусь расположена в непосредственной близости от одного из самых ёмких, стабильных и постоянно развивающихся рынков планеты – Европейского союза. В то же время наличие стратегических запасов сырья на постсоветском пространстве, и в первую очередь в России, предопределяет направление существенной доли сырьевых потоков с Востока на Запад через Беларусь. В обратном направлении идет в основном готовая продукция, технологии, продовольствие.

Отношения Беларуси с Россией характеризуются рядом взаимовыгодных интересов. В частности Беларусь заинтересована в широком присутствии своей крупной промышленности на рынке Российской Федерации, совместной работе с российскими предприятиями.

Схожий стратегический интерес имеют и отношения Беларуси с Польшей. Беларусь и Польша, находясь на одной трансъевропейской оси Париж - Берлин - Москва, заинтересованы в сохранении и расширении ее роли как основной инфраструктурной артерии Европы. Отдельным вопросом, имеющим большую важность на государственном уровне

не, является приграничная торговля, особенно развитие соответствующих проектов в Брестском регионе.

Если рассматривать торговые отношения Брестской области с Республикой Польша, то результаты внешней торговли предприятий по итогам января-апреля 2004 года составили: экспорт - 3,5 млн. долл. США (106,1% к уровню 2003 года) и импорт 36,7 млн. долл. США (126,6% к уровню 2003 года).

Товарная структура импорта складывается следующим образом: древесноволокнистые плиты (18,6%), свежая свинина (8,8%), яблоки и груши (6,4%). Наиболее экспортируемый товар – это древесина и изделия из нее (21,4%), водные беспозвоночные (20,6%), белковые вещества и казеин (по 11,6%).

Малые и средние фирмы Польши заинтересованы перемещать производство товаров, на которые есть сбыт в Беларуси и России, в приграничные территории Брестской области ввиду налоговых льгот, привилегий, а тем самым низких расходов на производство, причем наиболее привлекательна в данном плане является территория СЭЗ «Брест».

Конкурентный характер соседства с Украиной заметен намного больше, чем с остальными соседями Беларуси. Это связано в первую очередь с уменьшением роли Украины как транзитного государства и увеличением за ее счет роли Беларуси. Белорусско-украинское соседство несет в себе также определенный позитивный потенциал, как например, расширение выгодных для обеих стран двусторонних торговых возможностей.

Результаты внешней торговли предприятий Брестской области с Украиной по итогам января-апреля 2004 года составили: экспорт - 9,4 млн. долл. США (160,3% к уровню 2003 г.) и импорт - 8,0 млн. долл. США (153,4% к уровню 2003 г.). Наибольшая доля импорта из Украины принадлежит турбореактивным двигателям и готовым кормам для животных 27,8 и 19,9% соответственно. Наиболее экспортируемый товар – это газовые плиты (19,2%), рыба (16,6%), компрессоры холодильные и плитка керамическая (по 6,6%).

Политика Республики Беларусь как транзитной страны должна быть направлена на увеличение транзита и облегчение транзитных перевозок. Направленность транзитной политики на повышение качества услуг выражается в приведении белорусской транспортной инфраструктуры в соответствие с международными техническими стандартами и ее интегрирование в европейскую сеть. Основные транзитные потоки иностранных автотранспортных средств проходят по 2-му и 9-му трансъевропейским транспортным коридорам. Через пограничные пункты таможенного оформления двух коридоров пропускается более 50% всего транзитного потока автотранспортных средств. К 2005 году по плану РУП "Белавтострада" планируется очередной этап реконструкции трассы М1/Е30. По данным Минтранса, доходы придорожного сервиса выросли за первый

квартал 2004 год на 11,5% — это означает, что обслуживать автомобилистов в нашей стране становится все более выгодным делом.

Литература

1. Шмарловская Г.А., «Перспективы торгово-экономических отношений РБ и РП», конференция «Расширение ЕС и РБ на новой границе».
2. Информационный сборник №9 «Актуальные вопросы внутренней и внешней политики РБ», Институт социально-политических исследований при Администрации Президента РБ, Минск – 2004г.

ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ РБ НА ПРИМЕРЕ ЕВРОРЕГИОНА «НЕМАН»

Р.А. Коновалюк

БФ ЧУО "ИСЗ им. А.М. Широкова", г. Брест, Республика Беларусь

Трансграничное сотрудничество на уровне еврорегионов следует рассматривать как один из инструментов внешней политики европейских государств, стабилизирующий фактор, способствующий развитию экономических, культурных, научно-технических связей.

В Западной Европе созданы и функционируют около 160 еврорегионов. Основной юридический документ, регулирующий международное сотрудничество на региональном и местном уровнях, — Европейская рамочная конвенция о трансграничном сотрудничестве (принята Советом Европы 21.05.1980 г. в Мадриде). РБ применяет на своей территории действие положений Европейской рамочной конвенции о трансграничном сотрудничестве с 1997 года. Договоры и соглашения в рамках приграничного сотрудничества включают положения, в которых стороны берут на себя обязательства по обеспечению благоприятных условий для установления и развития прямых торговых контактов, связей на уровне администраций приграничных территорий.

В 1995, 1997, 1998 и 2002 годах были созданы еврорегионы «Буг», «Неман», «Озерный край» и «Беловежская пуца», куда входят административно-территориальные единицы РБ. Еврорегион «Днепр», пятое по счету трансграничное объединение, в состав которого войдут административно-территориальные единицы Беларуси, призван объединить три области: Гомельскую (Беларусь), Черниговскую (Украина) и Брянскую (Россия).

В июне 1997 года на конференции в польском городе Сувалки состоялось подписание устава и соглашения о создании трансграничного союза «Еврорегион «Неман». В его состав вошли Гродненская область, Мариампольский и Алитусский районы Литвы и Подляское воеводство Республики Польша. Избраны совет и секретариат еврорегиона. Создано национальные бюро на профессиональной основе с финансированием за счет гранта программы ТАСИС.

Руководила советом еврорегиона «Неман» в 2004 году белорусская сторона. В 2003 году еврорегионом «Неман» было осуществлено 35

проектов и начато 30 новых. Данные проекты касались проведения международных культурных мероприятий, организации выставок, развития туризма и социально-экономического трансграничного сотрудничества, содействия в решении экологических программ.

Сотрудничество приграничных районов стран – участниц проекта «Еврорегион «Неман» позволяет более оперативно решать многие приграничные проблемы на местном уровне, создавать гибкие хозяйственные структуры с привлечением внешних инвестиций для строительства и расширения рыночной инфраструктуры, налаживать торговлю, туризм, расширять сотрудничество в социальной сфере. Еврорегион призван способствовать развитию трансграничных контактов и реализации совместных проектов в области экологии, рационального природопользования, научных исследований и культуры.

Активизация участия хозяйственных субъектов РБ в рамках еврорегиональных структур свидетельствует о растущем понимании актуальности и важности трансграничного сотрудничества как инструмента экономического развития стран. Распространение модели еврорегионального взаимодействия свидетельствует о ее эффективности в плане решения проблем, требующих объединения ресурсов административно-территориальных единиц государств-соседей.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕКРЕАЦИОННЫХ КОМПЛЕКСОВ АВТОНОМНОЙ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

Е.А. Корогодова

*Национальный технический университет Украины
"Киевский политехнический институт"*

Эффективность формирования и развития рекреационных комплексов обусловлена низким органическим строением капитала в туристической отрасли, следствием чего является высокая норма прибыли. Данная формация представляет собой систему открытого типа, характеризующуюся взаимосвязями элементов народного хозяйства отдельной страны и мирового хозяйства.

Управление деятельностью институциональных единиц в условиях ограниченности факторов производства имеет особенное значение для постановки проблемы воспроизводства ресурсов в регионах, которые определены правительством Украины приоритетными в сфере рекреационной деятельности. Примером такой зоны является Автономная республика Крым, рекреационный потенциал которой определяет специализацию территории и служит критерием формирования регионального комплекса.

Проблемная ситуация заключается в противоречии между прибыльностью предприятий (зависящей от количества привлекаемых потребителей) и ухудшением экосистемы региона, обусловленной ростом рекреационных потоков. Представляет интерес определение политики в объединении экономических и экологических целей. Эта цель отражает

как внешнюю сторону эффективности (потребительную стоимость продукта), так и внутреннюю (фактическую стоимость).

На основании проведенного исследования сделаны следующие выводы:

1. Современный период развития рекреационных комплексов Крыма оценивается как транзитивный. Это вызвано трансформацией командно-административной модели экономической системы в рыночную, и, как следствие, возникновением диспропорций между платежеспособным спросом населения и стоимостью рекреационных услуг; уровнем финансового обеспечения материально-технической базы учреждений и инфраструктурных возможностей курортов; стремлением предприятий к увеличению количества туристов и усилением антропогенной нагрузки на окружающую среду; необходимостью привлечения инвестиций в строительство и реконструкцию рекреационных объектов наряду с несовершенством инвестиционного и налогового законодательства в отношении оздоровительной рекреации.

2. Анализ доходов предприятий показал, что сезонные колебания цен в Крыму значительно влияют на уровень доходов туристической и сопутствующих отраслей. Для решения этой проблемы предложена методика выявления и использования потенциала второстепенных (по критерию спроса на туристический продукт) регионов. Используется оценка рекреационной привлекательности предприятий, основанная на определении и анализе форм эффективности предприятий: внешней (рекреационного потенциала) и внутренней (цены и качества услуг).

Для оценки первого фактора предусматривается определение объектов, представляющих наибольший интерес для рекреантов, ориентация на перспективные виды туризма и разработка соответствующих продуктов, а также оценка предельных величин рекреационных ресурсов. Второй фактор определяется сравнительным методом цены посещения рекреационной зоны с количеством прибытий и экстраполятивным методом устанавливается оптимальная цена продукта. Для оценки третьего фактора используются показатели повторных посещений объекта и учета общего оздоровительного эффекта от рекреации.

На основании результатов исследования проводится рейтинговая оценка предприятий по формуле:

$$R = \sum_{j=1}^{i=n} x \times k_i, \text{ где } R = (a \times k_{1j}^i) + (b \times k_{2j}^i) + (c \times k_{3j}^i),$$

где a – рекреационный потенциал, b – цена услуг, c – качество услуг.

3. Моделирование устойчивого развития регионального рекреационного комплекса предусматривает сбалансированное решение задач социально-экономического развития и улучшения качества окружающей среды с целью удовлетворения потребностей сегодняшнего и будущего поколений.

Литература

1. Романова О. Оптимизация поведения предприятия в современных условиях. http://www.e-xecutive.ru/publications/aspects/article_2109/

2. Статистическая оценка санаторно-оздоровительного и туристического обеспечения Автономной Республики Крым // Держкомстат України, головне управління статистики в АРК. — Симферополь, 2002. — 17 с.

3. Сравнительная медико-климатологическая характеристика основных приморских курортных местностей Европы и прилегающих к ней регионов Азии и Африки // Ярош А.М., Солдатченко С.С., Коршунов Ю.П., Бессмертный А.Ф., Ефимова В.М., Воскресенская Е.Н. — Симферополь: Сонат, 2000. — 136 с.

4. http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=5818051

5. <http://www.president.gov.ua/rus/president/constitution/>

ОПЫТ ПРИМЕНЕНИЯ ЛОГИСТИКИ В СТРАНАХ С РАЗВИТОЙ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКОЙ

А.Г. Шумилин, В.И. Кураков

БНТУ, г. Минск, Республика Беларусь

В условиях рыночной экономики выигрывает тот субъект хозяйствования, который имеет оптимальное соотношение цена/качество на свою продукцию. При схожем качестве продукции на первое место выступает ее цена, а одним из важнейших элементов стоимости конечного продукта являются расходы на логистику. Поэтому за счет сокращения логистических расходов обеспечиваются значительные конкурентные преимущества на рынке.

Актуальность логистики обуславливается потенциальными возможностями существенного повышения эффективности функционирования материалопроводящих систем, которые открываются при ее использовании. Применение логистики позволяет согласовать работу отдельных звеньев технико-экономических систем путем сокращения времени передачи необходимой для этого информации, синхронизации времени передачи и приема материалов, уменьшения запасов на пути движения материального потока и повышения уровня сервиса.

Использование принципов логистики в экономике началось сравнительно недавно. Примерно до начала 60-х годов производители и потребители продукции не придавали серьезного значения созданию специальных систем, позволяющих оптимизировать управление материальными потоками. В 60-х и начале 70-х годов в странах с развитой рыночной экономикой стали осознавать, что рационализация распределения произведенной продукции позволяет снизить ее себестоимость без особых дополнительных капитальных вложений.

Главные причины, по которым, начиная с 60-х годов, в экономически развитых странах наблюдается резкое возрастание интереса к логистической идее, заключаются в следующем:

- обеспечение конкурентных преимуществ за счет снижения себестоимости и улучшения качества поставок;
- энергетический кризис;

- научно-технический прогресс и, в первую очередь, компьютеризация управления;
- превращение рынка продавца в рынок покупателя.

Проведенные в Великобритании исследования показали, что в стоимости продукта, попавшего к конечному потребителю, более 70% составляют расходы на логистику (рис. 1), т. е. на транспортировку, хранение, упаковку и др.



Рис. 1. Структура стоимости товара на пути от первичного источника сырья до конечного потребителя

Постепенно пришло понимание того, что в области логистики имеется существенный нереализованный потенциал снижения издержек и улучшения качества поставок, а значит, и повышения конкурентоспособности. Энергетический кризис 70-х годов подтолкнул исследования в этом направлении.

В настоящее время логистика широко применяется в различных отраслях экономики любой страны. Наиболее совершенными организационными структурами для реализации концепции логистики на практике являются транспортно-логистические комплексы. Они имеют в своем составе целевую, функционально-управляющую и обеспечивающую подсистемы, которые, обладая относительной независимостью, используют преимущества синергетического эффекта совместного (корпоративного) взаимодействия, усиливающего их возможности по системной организационно-аналитической оптимизации решения стратегических и тактических задач.

За счет совместной интеграции ресурсодобывающих, перерабатывающих, производящих, распределяющих и транспортных предприятий в единый транспортно-логистический комплекс возможно сокращение

логистических расходов на более чем 20%, что значительно увеличивает конкурентные преимущества предприятий, входящих в данную интеграционную структуру.

Литература:

1. Апатцев В. И. и др. Логистические транспортно-грузовые системы: Учебник для студентов высших учебных заведений. – М.: Издательский центр «Академия», 2003.
2. Гаджинский А. М. Основы логистики: Учебное пособие. – 3-е изд. – М.: ИВЦ «Маркетинг», 1997.
3. Ивуть Р. Б. Планирование социального и экономического развития АТП: Учебное пособие. – Мн.: БГПА, 1996.
4. Лукинский В. С. и др. Логистика автомобильного транспорта: концепция, методы, модели. – М.: Финансы и статистика, 2002.

ВЛИЯНИЕ РАСШИРЕНИЯ ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА НА ЭКОНОМИКУ БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ

А.Г. Проровский

*УО «Брестский государственный технический университет»,
Республика Беларусь*

В Брестской области, которая производит до 10% республиканских объемов продукции производственного назначения и около 20% - потребительских товаров, работает 311 промышленных предприятий. Геополитическое расположение Брестчины и сложившаяся структура производства предопределили индустриальному комплексу экспортную направленность. Экспортно-импортные операции осуществляют почти 700 предприятий области, сотрудничая со 100 странами мира.

Самыми крупными экспортерами являются: АО «Брестгазоаппарат», ЗАО «Пинскдрев», «Барановичский станкостроительный завод АО «Атлант», хлопчатобумажное объединение «Блажит», ОАО «Ковры Бреста», Пинское трикотажное объединение «Полесье», ОАО «Брестский чулочный комбинат», Жабинковский сахарный завод.

Для Брестской области, как и для всей Беларуси, очень важно провести анализ изменившейся ситуации на рынках стран присоединившихся к Европейскому союзу.

Состоявшееся 1 мая 2004 года расширение Европейского союза (ЕС) с 15 до 25 стран-членов привело к созданию межгосударственного интеграционного образования с совокупный ВВП 9231 млрд. евро, а доля в мировом товарообороте составила 40 процентов.

Подобное событие не могло не остаться без последствий как для международной торговли в целом, так и для стран - традиционных торговых партнеров ЕС, к числу которых относится и Республика Беларусь. Среди положительных последствий расширения следует выделить, прежде всего, открывающиеся возможности доступа экспортеров на крупнейший рынок в мире - общий рынок 25 стран-членов ЕС. Отсутствие внутри союза тамо-

женных границ и использование единых стандартов обеспечивает свободное обращение товаров и услуг на всей территории ЕС. В новых странах-членах, вместо различных национальных таможенных тарифов, введен единый внешний тариф и таможенные правила ЕС, кодифицированное применение которых гибче, чем у национальных тарифов отдельных стран. Это значительно упростило деятельность компаний третьих стран на общем рынке ЕС.

Более того, переход новых стран-членов при вступлении в ЕС на Единый таможенный тариф обусловил снижение таможенных пошлин по ряду товарных позиций. Средневзвешенные промышленные тарифы стран-кандидатов ранее на 3,6 процентов превышали средние показатели по ЕС. Таким образом, в большинстве случаев компании третьих стран выиграли от более низких тарифов в торговле с новыми государствами-членами.

В области технических стандартов, значительно влияющих на открытость экономики, принцип единого рынка «один стандарт для всех» распространен из страны, вступившие в ЕС, что дало явные преимущества поставщикам из третьих стран.

И, наконец, сокращение государственного субсидирования национальных производителей в новых государствах-членах в связи с изменением правил субсидирования в соответствии с нормами ЕС в ряде случаев улучшит конкурентоспособность производителей третьих стран на их рынках. Кроме того, с вступлением в ЕС новые государства-члены утратили свой статус переходных экономик, а вместе с ним и право не применять некоторые положения Соглашения ВТО о субсидиях, ограничивающих субсидирование.

Наряду с этим, расширение ЕС повлекло и ряд неблагоприятных последствий для неприсоединившихся стран.

Прежде всего, полное устранение торговых барьеров между старыми и новыми странами-членами значительно улучшило позиции компаний из старых стран - членов ЕС на рынках новых стран-членов, что в перспективе может привести к перераспределению рынков сбыта в их пользу за счет вытеснения конкурентов из третьих стран.

Кроме того, после расширения ЕС на импорт широкого перечня товаров в новые страны-члены из третьих стран распространены антидемпинговые и иные защитные меры ЕС. Последствием этого во многих случаях является не только сокращение прибылей экспортеров, но и в ряде случаев полное прекращение экспорта в силу экономической нецелесообразности. В целом экономические последствия расширения ЕС для Республики Беларусь пока нельзя оценить однозначно. С одной стороны, имеют место негативные последствия - увеличение объема ущерба от антидемпинговых мер, количественных ограничений, проблема транзита товаров через территорию новых стран — членов, рост конкуренции на сельскохозяйственных рынках третьих стран в результате субсидирования экспорта новых членов ЕС и т.д. С другой стороны, неоспоримы и преимущества - сни-

жение тарифов, отмена национальных защитных мер новыми странами-членами, возможность использования традиционных связей с указанными странами для доступа на весь единый европейский рынок. Таким образом, расширение возможностей для торговли с Евросоюзом в долгосрочной перспективе может содействовать росту доходов белорусских экспортеров.

МАРКЕТИНГ ВО ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Э.В. Рыбакова

БГУУ, г. Минск, Республика Беларусь

Развитие рыночных отношений оказывает непосредственное влияние на условия функционирования предприятий, организаций, всех объектов хозяйствования. От директивно-распорядительных механизмов с жестко определенной системой ограничений всех аспектов хозяйственной деятельности экономика переходит к рыночной модели, где решающее значение приобретают потребности и предложение, конкуренция, свобода предприятия в выборе стратегии и тактики своего развития. Рыночные процессы непосредственно влияют на уровень цен, условия кредитования и размер учетных ставок, условия страхования, валютные курсы и т.д.

Для экономики Республики Беларусь характерно наличие ряда отдельных противоречий, оказывающих негативное влияние на дальнейшее развитие рыночных отношений:

- растущая самостоятельность предприятий законодательно ограничена в некоторых сферах их деятельности;
- не все финансово-кредитные институты достаточно развиты, что ограничивает степень самостоятельности предприятий;
- двоевластие на предприятиях, где создание рабочего самоуправления укрепило демократические институты в управлении, но не способствовало повышению его профессионального уровня и оперативности.

Перспективы разрешения сложившихся противоречий непосредственно связаны со стабилизацией экономики, особенно с понижением уровня инфляции, изменением структуры собственности, созданием условий для нормального функционирования конкретного рыночного механизма, реформой банковской системы и более действенной финансово-кредитной политикой, улучшением инвестиционной политики.

Усилия, предпринимаемые в этих направлениях, переводят предприятия в новые условия, где главным регулятором становится рынок. Это создает объективные предпосылки для перестройки систем управления производства на принципах маркетинга.

Необходимо постоянно проводить работу по изучению товара и исследованию его рынка, покупательской способности, конкурентов и посредников. Все это зачастую определяет отношение потребителей к самым различным товарам, мотивы их приобретения.

В этом отношении значительный опыт накоплен в ЗАО «Атлант», где последние годы особое внимание уделяется маркетинговым исследованиям. Такие исследования позволили сделать ряд выводов и рекомендаций по обеспечению более высоких позиций на внешнем рынке благодаря повышению конкурентоспособности продукции:

- следует получать более подробную информацию о конкурентах, их продукции, вести постоянную маркетинговую разведку и исследования рынка продукции, аналогичной продукции, которую выпускает и собирается выпустить ЗАО «Атлант»;
- необходимо стимулировать постоянных покупателей, устанавливая обоснованные скидки на свою продукцию и предоставляя им дополнительные льготы;
- следует устанавливать цены на продукцию с учетом цен конкурентов и сложившейся рыночной конъюнктуры;
- необходимо разрабатывать и оперативно внедрять продукцию, соответствующую потребностям потенциальных потребителей;
- следует расширять и развивать каналы продукции ЗАО «Атлант»;
- необходимо разработать меры по значительному снижению себестоимости продукции;
- для более полного удовлетворения интересов покупателей необходимо: отработать систему «обратной связи» с иностранными покупателями; довести до сведения СІП и торговых представительств целесообразность сбора информации о потребителях;
- необходимо при планировании распределения средств МЗХ предусмотреть все статьи, требующие расходов, как на исследования конкурентов, так и на мероприятия по рекламе, стимулированию продаж;
- необходима более эффективная ценовая политика предприятия;
- предприятию следует пересмотреть свои методы выхода на внешний рынок. Целесообразно расширять свои представительства за рубежом, стимулировать их работу путем предоставления более низких цен на холодильники и морозильники, выдачи им эксклюзивного права продажи продукции ЗАО «АТЛАНТ» на целевом рынке.

ВКЛАД ПРАВИТЕЛЬСТВ Ф.Й.ШТРАУСА В СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ БАВАРСКОЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ

М.В.Стрелец

*УО «Брестский государственный технический университет»,
Республика Беларусь*

В зру Ф.Й. Штрауса получили продолжение те позитивные тенденции в развитии ХСС, которые четко прослеживались в 60-ые и 70-ые годы. В ходе политико-культурной гомогенизации ХСС стал действительно общеварской партией – новым явлением в новейшей баварской земельной и партийной истории. Первый кабинет председателя ХСС Штрауса функционировал с 7 ноября 1978г. по 27 октября 1982г., второй

– с 27 октября 1982г. по 30 октября 1986г. и последний – с 30 октября 1986г. до 19 октября 1988г. [ACSP, DS 17/99]

Штраус обозначил основные направления своей политики в качестве премьер-министра в своём первом правительственном заявлении от 14 ноября 1978г. перед баварским ландтагом. Произнесённые к началу второго и третьего (1982г. и 1986г.) должностных сроков правительственные заявления варьировали, модифицировали и дополняли оговоренные уже в ноябре 1978г. темы. Целью баварской земельной политики являлось сохранение «политически стабильной, экономически здоровой, живущей в социальном мире, верной традициям, осознающей свои германские задачи и европейскую обязанность Баварии» [ACSP, DS 17/100].

Новые программы по способствованию и инвестициям должны были дать импульс экономическому развитию, исследовательским процессам, превращению Баварии в привлекательное местоположение ориентированных в будущее индустриальных отраслей.

Одним из приоритетов для Ф.Й. Штрауса была авиационная и космическая промышленность. Это направление правительственной политики опиралось на значительный задел, сделанный до его премьерства. Известно, что ещё в 1969 г. министр экономики ФРГ Карл Шиллер и министр транспорта Франции Жан Шеман подписали соглашение о создании совместного самолёта, что заложило фундамент крупной программы гражданского авиастроения европейской индустрии воздухоплавания. Годом позднее Штраусу поступило предложение со стороны заинтересованных германских фирм стать председателем наблюдательного совета ООО "Германский аэробус" в Мюнхене. Через короткий промежуток времени будущий премьер стал играть точно такую же роль в аналогичной структуре в Тулузе. Обе функции он выполнял до своей смерти. Благодаря вступлению на дополнительные посты в наблюдательных советах в области авиации и космонавтики, в том числе в германской люфтганзе, Ф.Й. Штраусу удалось сделать Баварию более привлекательным местом для этих отраслей индустрии, связанных с ними индустрии поставщиков, а также исследовательских учреждений. При нём свободное государство последовательно брало всё новые рубежи в данном направлении. В 1983 г. 50% предприятий германской авиационной и космической индустрии имели своё местоположение в Баварии. В 1985 г. под руководством находящегося в Оберпфалфенхофене германского учреждения по авиации и космонавтике состоялась первая космическая миссия с американским кораблём «Челленджер» [ACSP, NL Strauss, Sammlung, Kray I 80/67].

Штраус отмечал, что экономика будущего базируется на высоких технологиях. Он заявлял, что государство в силу своих возможностей и компетенции должно способствовать фундаментальным исследованиям как ориентированным на будущее и стремиться к оптимальному скреплению науки и экономики. По словам Штрауса, Бавария как бедная

сырьем страна должна все больше стремиться к «интеллектуальному исходному материалу» [ACSP,DS 17/109].

Со временем правительственной ответственности Франца Йозефа Штрауса были созданы центры трансфера технологий с тем, чтобы, прежде всего, малые и крупные предприятия могли находить более легкий доступ к самым современным научным выводам [ACSP,DS 17/110].

В правительственном заявлении от декабря 1986г. Штраус объявил о «Договоре столетия для сельского хозяйства», который он подробнее изложил в своей большой речи в апреле 1987г. Ключевыми пунктами договора были специализация на качественных продуктах, прямая продажа по заниженным ценам, создание и использование возобновляемого отечественного сырья и вознаграждение за вклад в охрану окружающей среды и рачительное землепользование [ACSP,DS 17/111].

Новые пути в сотрудничестве между охраной природы и сельским хозяйством земельное правительство с 1982г. поставило на добровольный базис благодаря договорной охране природы. Крестьяне, которые благодаря щадящему природу способу хозяйствования обеспечивают жизненное пространство для мира отечественной флоры и фауны, заботятся о нем и его улучшают, получают в рамках баварской программы договорной охраны природы, а также так называемой компенсации за трудности в связи с влажными площадями соразмерное вознаграждение за экологические успехи [ACSP,DS 17/112].

Таким образом, в эру Штрауса происходило дальнейшее совершенствование баварской модели. Существенные результаты, достигнутые социальными христианами, повысили ее притягательность на федеральном и глобальном уровнях.

Литература.

1.Archiv für Christlich-Soziale Politik (далее: ACSP), Druckschrift (далее: DS)

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ ВО ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

**И.И. Полещук, В.В. Терешина, А.А. Цыганков
БГЭУ, г.Минск, Республики Беларусь**

Ценообразование во внешнеторговой деятельности - одно из важных направлений международных экономических отношений. Цены выступают важнейшим регулятором потоков экспорта и импорта стран.

Характерной особенностью современного ценообразования на мировом рынке является усиление роли государства отдельных стран, а также международных и региональных организаций в процессе формирования экспортных и импортных цен на товары и услуги.

Анализ тенденций внешнеторговой деятельности Республики Беларусь за последние несколько лет позволяет сделать вывод, что в основе устойчивого дефицита во внешней торговле республики лежит регулярное превышение физических объемов импорта над экспортом. Це-

новой фактор в определенных пределах либо ухудшал, либо улучшал сальдо внешнеторгового баланса, не устраняя полностью дефицита внешней торговли. В 2000 году республика оказалась под влиянием резко возросших мировых цен на нефть и энергоемкие первичные продукты, в частности металлы, химические товары. Потери по импорту оказались очень высокими, и влияние ценового фактора на внешнеторговое сальдо было значительным. В последние два года движение мировых цен стало более ровным, и фактор цен уже не оказывает такого влияния, тем самым существенно не искажая объемы экспорта и импорта.

Анализ практики государственного регулирования цен во внешне-торговой деятельности предприятий Республики Беларусь показывает, что государственное регулирование цен осуществляется в двух основных формах: в виде мер прямого государственного регулирования внешнеторговых цен и косвенного регулирования. При этом преобладающей формой становится косвенное регулирование, что соответствует требованиям времени и международной практике.

Сегодня государственное регулирование цен при экспортных и импортных операциях направлено на защиту интересов республики в части недопущения вывоза стратегически важных товаров и ресурсов по необоснованно низким ценам, не соответствующим уровню мировых цен, защиты внутреннего рынка и осуществляется посредством установления предельных минимальных цен, определения порядка формирования цен на импортируемые товары, установления предельных торговых надбавок, использования мер тарифного и нетарифного регулирования, косвенно влияющих на уровень цен импортеров. Вместе с тем, недобросовестная конкуренция со стороны других субъектов хозяйствования на внешних рынках вызывала необходимость защиты отечественных производителей-экспортеров, что нашло выражение в механизме регистрации цен при экспортных поставках продукции.

Развитие экспорта выступает одним из приоритетов экономического развития Беларуси. Реализация же экспортного потенциала во многом определяется стратегией ценообразования предприятий-экспортеров. Обоснование цены при экспорте должно представлять собой набор последовательно выполняемых, логически и информационно взаимосвязанных этапов, позволяющих наиболее полно учесть особенности сделки: требования потребителей, уровень конкуренции в стране поставки, особенности государственного регулирования и производства, валютно-финансовые условия, условия поставки с учетом сложившихся в международной торговле традиций, необходимость уторгования контрактной цены.

Поскольку уровень и динамика цен на импортируемые товары затрагивает интересы предприятий-потребителей, производителей, граждан, особого внимания заслуживает методология принятия решений по заключению внешнеторгового контракта по импорту продукции. Использование рекомендуемого алгоритма принятия решения о заключении

сделки на основе встречных расчетов и рыночных цен позволит повысить эффективность работы субъектов хозяйствования в области закупок продукции зарубежного производства. Анализ нормативных документов по установлению цен на импортируемые товары показал, что не представляется оправданным сегодня возврат к частичному государственному регулированию цен на продукцию производственного потребления, что сопряжено с рядом неясностей и вопросов, затрудняющих практическое применение этих регламентирующих мер.

В последнее время все больше субъектов хозяйствования Республики Беларусь производят продукцию с использованием давальческого сырья. Применяется несколько схем, в соответствии с которыми заключаются сделки по переработке давальческого сырья: внешний (с полным возвратом продукции, с реализацией продукции за пределами страны, с использованием посредника) и внутренний толлинг. Экономические условия в стране делают возможными постоянное развитие и регенерацию давальческих схем.

Рассмотрение налогового аспекта осуществления давальческих схем показало, что имеет место увеличение суммарного налогообложения совместной хозяйственной деятельности (давальца и переработчика) при кооперации в рамках одной страны. Это приводит к потерям прибыли взаимодействующих предприятий, которая трансформируется в дополнительные налоговые платежи этих предприятий. При этом увеличение налоговых поступлений происходит лишь за счет разделения производственного процесса между переработчиком и давальцем для бюджета, а не в результате роста объема продаж.

МЕЖДУНАРОДНЫЕ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ НАЦИОНАЛЬНОГО БОГАТСТВА, ИХ ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ

А.Г. Шумилин, Е.П. Бусел

*Белорусский национальный технический университет,
г. Минск, Республика Беларусь*

Говоря о стоимости страны, обычно имеют в виду статистическую оценку стоимости ее национального богатства. В соответствии с определением из «Методологических положений по статистике» под национальным богатством понимается совокупность ресурсов страны (экономических активов), составляющих необходимые условия производства товаров, оказания услуг и обеспечения людей. Оно состоит из экономических объектов, существенным признаком которых является возможность получения их собственниками экономической выгоды.

В рамках системы национальных счетов (далее СНС) оценка национального богатства рассматривается как частный случай баланса активов и пассивов, где главным является показатель чистой стоимости капитала – то есть величины имеющихся в распоряжении финансовых и нефинансовых ресурсов. СНС оценивает национальное богатство исходя из стои-

мости приобретения набора составляющих богатство активов в настоящий момент. Наилучшим вариантом является оценка исходя из рыночных цен на данные или аналогичные активы.

В теории оценки стоимости выделяют сравнительный (основан на расчете стоимости объекта, в основе которой лежит стоимость уже оцененного рынком аналога, на базе информации об уже совершенных сделках), затратный (включает подсчет средств, которые были вложены в создание объекта, и оценку вложений, необходимых для создания точного аналога оцениваемого объекта) и доходный (оцениваемый объект стоит столько, сколько от него можно будет получить доходов за весь период владения с учетом рисков) подходы.

Использование затратного метода для оценивания национального богатства в основном через расчет «остаточного ресурса» таких составляющих национального богатства, как «произведенный капитал» и «природный капитал» не просто изжил себя, но и не отвечает наиболее прикладным, практически значимым целям оценивания как таковым. Поэтому Мировым Банком разработан метод оценки стоимости национального богатства, в основе которого лежит доходный подход, т.е. оцениваемый объект стоит столько, сколько от него можно будет получить доходов за весь период владения с учетом рисков.

Суть метода Всемирного Банка заключается в том, чтобы произвести стоимостную оценку страны не по накопленному национальному богатству, не по затраченным ресурсам, а по ее экономическому потенциалу, т.е. по будущим доходам экономики. В качестве показателя дохода обычно используют валовую добавленную стоимость, произведенную в отрасли. Прогноз этого показателя строится исходя из его динамики (на основе данных Министерства статистики и анализа Республики Беларусь), проводимых и планируемых реформ, динамики инвестиций в отрасль, официальных прогнозов, экспертных оценок и собственных расчетов. Стоимость отрасли оценивается как приведенная сумма доходов в прогнозный и постпрогнозный периоды.

$$PV_{отрасли} = \sum_{t=1}^T \frac{I_{t-1} \cdot g_t}{(1+r_t)^t} + \frac{I_T \cdot g}{(r-g) \cdot (1+r_T)^T}, \quad (1)$$

где, PV – приведенная стоимость; I_{t-1} – добавленная стоимость, произведенная в отрасли в год $t-1$; r_t – ставка дисконтирования на прогнозный период; g – ставка дисконтирования на постпрогнозный период; t – время (от 1 до бесконечности); T – прогнозный период; g_t – темп роста добавленной стоимости за год t ; g – темп роста добавленной стоимости на постпрогнозный период.

Прогнозный период – это период, на который можно с достаточной степенью достоверности предсказать развитие ситуации. От выбора ставки дисконтирования зависит вклад будущих периодов в текущую стоимость. В исследовании Всемирного Банка в качестве ставки дисконтирования выбирается «социальная ставка отдачи инвестиций» (SRRI), опре-

деляемая как $SRRJ = r + uc(2)$, где r – истинная норма межвременных предпочтений, u – эластичность предельной полезности дохода, c – темп роста потребления на душу населения.

Официальные прогнозы валовой добавленной стоимости строятся посредством пролонгации существующих тенденций с учетом экспертных оценок изменения удельной себестоимости продукции или посредством условного расчета темпов роста добавленной стоимости на уровне темпов роста валового выпуска.

Используемый сегодня в отечественной практике затратный подход к оцениванию национального богатства страны не отражает реальное положение дел в народном хозяйстве, т.е. не позволяет получить оценку в сопоставимом для международной практике виде, а отсутствие теоретических разработок такого плана и обоснованных количественных оценок актуальными методами дискредитирует Республику Беларусь на международной арене.

Литература:

1. Kunte A., Hamilton K., Estimating National Wealth: Methodology and Results.- Washington: Environment Department. The World Bank, 1998.- 44p. (<http://www.worldbank.org/prospects/gep2004/full.pdf>)
2. Николаев И.А., Шульга И.Е. Сколько стоит Россия? М: Совместный проект REN TV Co., Аудиторско - консалтинговой компании «ФБК» и газеты "Ведомости", 2004 (<http://www.fbk.ru/live/research.asp>)
3. Методологические положения по статистике. Выпуск 2. - Мн.: Минстат РБ, 2002, 284-287 с.

Научное издание

ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Материалы международной
научно-практической конференции,

посвященной 10-летию экономического факультета
Брестского государственного технического университета

ISBN 985-493-005-X



9 789854 930053

Главный редактор **Павлючук Ю.Н.**

Зам. главного редактора **Рубахов А.И.**

Редактор **Строкач Т.В.**

Компьютерная верстка **Боровикова Е.А.**

Корректор **Никитчик Е.В.**

Лицензия № 02330/0133017 от 30.04.2004 г.

Подписано в печать 4.02.2005 г. Формат 60x84 ¹/₁₆. Бумага «Балет».
Гарнитура Arial. Усл. печ. л. **14,8**. Уч.-изд. л. **15,9**. Заказ № **144**. Тираж 100 экз.

Отпечатано на ризографе учреждения образования
«Брестский государственный технический университет».

Лицензия № 02330/0148711 от 30.04.2004 г.

224017, г. Брест, ул. Московская, 267.