

для принятия участия в создании и реализации городских проектов Банк сможет благодаря созданному фонду EcoBanking Together, пополняемого за счет сокращенной процентной ставки по кредитам от государственных структур и общества, международных финансовых институтов. Цель Фонда – предоставлять аккумулированные денежные средства на финансирование лучших городских проектов в форме льготного кредитования. Клиенты Банка, его стейкхолдеры, а также сам Банк будут оценивать представленные проекты. Проект, набравший большее количество баллов, получит льготный кредит на его реализацию.

Банку необходимо регулярно проводить мониторинг равномерности и непрерывности поступления денежных средств в Фонд, оценку его размера для определения оптимальной льготной процентной ставки по кредиту, а также оценку воздействия Фонда в долгосрочной перспективе, т. е. насколько реализуемые проекты решают вопрос устойчивого развития города.

С целью создания непрерывного процесса функционирования Фонда Банк должен обеспечить систему маркетинговых коммуникаций для информирования и поддержания интереса к развитию города со стороны всех стейкхолдеров через социальные сети, микроблоги, прямую рассылку, POS материалы, рекламу на биллбордах и банкоматах.

Проект EcoBanking Together представляет собой инновационный процесс в вопросе поддержки устойчивого развития городов. Стейкхолдеры, вовлеченные в процесс финансирования, имеют возможность почувствовать себя частью команды Банка и увидеть, как вложенные средства помогают обществу, в то время как Банк создает себе репутацию ответственной организации в глазах потребителей и сотрудников.

И. А. Будник

Научный руководитель - И. В. Торская
БИТУ (Минск)

ФОРМИРОВАНИЕ ОПТИМАЛЬНОЙ ЦЕНЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

Для удовлетворения возрастающих требований современных рынков необходимо обеспечить оптимальное соотношение цены и качества. Однако другим подходом к формированию лояльности потребителя на рынках промышленной продукции длительного пользования может служить формирование оптимальной цены потребления, которая представляет собой сумму цены продажи товара и дисконтированной стоимости его использования за период эксплуатации.

Реализация максимального полезного эффекта от работы изделия достигается только в ходе его эксплуатации, что, в свою очередь, требует дополнительных расходов потребителя. Поэтому для него имеют большое значение

ние не только затраты на приобретение товара, но и те, которые возникают в процессе его эксплуатации.

Для анализа и совершенствования технических параметров изделия в современных условиях всё большее распространение получает метод структурирования функции качества, использующий табличную форму представления данных – «домик качества», в котором отражается связь между предпочтениями потребителей и инженерными характеристиками изделия.

При формировании цены потребления двигателей ОАО «Минский моторный завод» на первом этапе следует учитывать значения технических параметров производимого двигателя и аналогичной продукции предприятий-конкурентов, а затем на основании полученных данных строить «домик качества». Сравнительная характеристика двигателей Д-245 (ОАО «Минский моторный завод»), ЯМЗ-534 (ОАО «Ярославский моторный завод»), ISBe-150 (компания Cummins) и MBE-904 (компания Detroit) представлена в таблице 1.

Таблица 1

Сравнительная характеристика четырехцилиндровых дизельных двигателей

	ММЗ	ЯМЗ	Cummins	Detroit Diesel
Модель	Д245	ЯМЗ-534	ISBe-150	MBE-904
Мощность, кВт	105–177	88–155	110	125–140
Частота вращения, мин	2400	2300	2200	2200
Диаметр цилиндра, мм	110	105	102	102
Ход поршня, мм	125	128	120	130
Рабочий объем, л	4,75	4,43	3,9	4,8
Литровая мощность, кВт/л	24,1	19,86-35	28,2	26,04/29,17
Ресурс работы двигателя, тыс. км	500	700	800	800
Экологические нормы	EURO3	EURO3	EURO3	EURO3
Цена, доллары США	4241	4530	4320	4480

Из таблицы следует, что по отдельным техническим характеристикам двигатель Д-245 уступает зарубежным аналогам, в связи с чем его цена также установлена на более низком уровне (на 2–7 % ниже, чем у конкурентов).

В результате построения «домика качества» удалось выяснить, что для повышения конкурентоспособности продукции ОАО «ММЗ» необходимо улучшать такие инженерные характеристики, как номинальная мощность, ресурс работы двигателя, улучшение параметров системы охлаждения и уменьшать удельный расход топлива и масла. При этом очевидно, что улучшение технических параметров изделия может сопровождаться дополнительными затратами, что, в свою очередь, приводит к увеличению себестоимости и, возможно, к росту цены продажи. Однако при этом снижаются

затраты на эксплуатацию, которые являются элементом цены потребления товара. Данные затраты на ремонт и обслуживание двигателя включают в себя стоимость запасных частей за срок службы, стоимости технического обслуживания, расходы на топливо и т. д. В случае, если затраты на эксплуатацию снизятся в большей степени, чем вырастут издержки производства, цена потребления снизится. Следовательно, в глазах потребителя полезность продукции ОАО «ММЗ» повысится, что приведёт к увеличению спроса и, соответственно, к росту выручки предприятия.

Е. А. Вертиховская

Научный руководитель - кандидат химических наук И. А. Мочальник
БГЭУ (Минск)

ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ КОФЕ. ЕГО МЕСТО В ЖИЗНИ ЛЮДЕЙ И ВЛИЯНИЕ НА ОРГАНИЗМ ЧЕЛОВЕКА. ПЕРСПЕКТИВЫ ПРОИЗВОДСТВА КОФЕ

Кофе – один из самых распространенных напитков во всем мире. Кофе очень интересный продукт для исследования. Слово «кофе» происходит от арабского названия «qahwa», что означает «возбуждающий напиток». По другой версии название кофе произошло от Каффа – области на юго-западе Эфиопии, где согласно одной из легенд впервые были открыты тонизирующие свойства этого растения.

История его возникновения связана с мифом о пастухе, который пас коз на горных склонах. Эти козы ели листья одного растения, после чего становились бодрыми и резвыми в течение долгого времени. Любопытный пастух решил сам попробовать плоды этого растения. Вскоре он почувствовал прилив сил и еще долго мог пасти своих коз.

Кофе сыграло немаловажную роль в духовном и политическом развитии общества. Первая в мире кофейня начала работать в 1554 г. в Константинополе.

Кофе – одно из очень старых средств от головной боли, оно является тонизирующим напитком. Однако кофеин, входящий в состав кофе, – это алкалоид, который оказывает на организм двойное действие: в малых дозах – тонизирует, в больших – угнетает. При болезнях сосудов, атеросклерозе, гипертонической болезни кофе противопоказан. Именно поэтому сейчас на прилавках можно увидеть различные заменители кофе – цикорий (даже с разными вкусовыми добавками), ячменный напиток и др.

Кофе занял определенное место в жизни человека, оказался связанным с его повседневными делами и заботами. И, разумеется, это обстоятельство не могло пройти мимо владельцев кафе. Сейчас в меню можно увидеть различные виды кофе по способу приготовления. Вот, например, кофе эспрессо,

□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□ 109.
□□□□□□□□□□.
□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□
□□□□□□□□□□. □□□□□□□□□□.