

предприятие, выпускающее большегрузные карьерные самосвалы (в дальнейшем — самосвалы), строительство которого было обусловлено интенсивным ростом объемов добычи полезных ископаемых открытым способом. Заказы, получаемые на предприятии, напрямую зависят от потребности в карьерной технике на предприятии-потребителе. Потребность в карьерной технике в России (основной потребитель) напрямую зависит от добычи полезных ископаемых в данном регионе, которая изменяется на протяжении плановых периодов. Нельзя гарантировать, что если в текущем году потребность в карьерной технике составляла около 1250 шт., то в следующем плановом периоде она составит столько же. Следовательно, на предприятии имеет смысл составлять планы, используя тендерный анализ.

Планирование объемов производства осуществляется в несколько этапов.

1. Используем данные об объемах поставки продукции ПО “БелАЗ”, программу MS Office, электронные таблицы Excel и функцию “тенденция”, составим прогноз объемов поставок карьерной техники на российский рынок на 2004—2005 гг.

2. Так как объем произведенной продукции на предприятии ПО “БелАЗ” на 70 % реализуется на рынке Российской Федерации, то плановые объемы производства за рассматриваемые периоды составят 993 шт., из них на российский рынок — 967 шт.

3. Предположим, что по одним и тем же условным исходным числовым данным и одной и той же экономико-математической модели, но при использовании в каждом из искомых вариантов решения задачи только одного из трех критериев (сначала максимума валовой прибыли, затем максимума объема реализуемой продукции и, наконец, максимума доли осваиваемого целевого рынка), получены три варианта ГПП (годовой производственной программы) предприятия: 1966, 2000 и 2031 соответственно.

4. Выбор оптимизационного варианта. Для этого используем ряд математических методов: равномерной оптимизации, справедливого компромисса, свертывания критериев, суммарного отклонения от идеальной точки, суммы первых мест, а также метода, основу которого составляет расчет так называемой точки самоокупаемости затрат (или точки безубыточности). Для ПО “БелАЗ” оптимальным вариантом является второй, т.е. производство должно составлять 2000 шт. карьерной техники в год.

В.Н. Метлицкий
БГЭУ (Минск)

УПРАВЛЕНИЕ ЗНАНИЯМИ — ПУТЬ К МИРОВОМУ РЫНКУ

В настоящее время рыночная стоимость многих корпораций определяется в основном стоимостью накопленных компаниями знаний. Так, по данным аналитика Пола Страссмана, в конце 1998 г. общая сто-

имость 6153 американских компаний составила 13,7 трлн дол., причем стоимость основного капитала 25 % наиболее удачных из этих компаний (таких, как Microsoft, Symantec, Oracle, IBM и т.п.) составляет в среднем около 14 % их рыночной стоимости. Следовательно, оставшиеся 86 % — стоимость интеллектуальных активов компании.

Управление знаниями (управление интеллектуальными активами предприятия) — это управление развитием как предприятия, так и его отрасли и рынка. Оно развивается по двум основным направлениям: 1) управление информацией, т.е. установление в корпорации формального порядка работы с информационными ресурсами, поиск, обработка, предоставление и хранение информации; 2) управление развитием персонала предприятия.

Следовательно, управление знаниями может быть направлено в любое из направлений деятельности предприятия, в первую очередь, на инновации, изучение рынков и производителей аналогичной продукции, увеличение производительности и снижение себестоимости. Оно применимо ко всем сферам деятельности предприятия и реализуется комплексно.

В мире, характеризующемся глобализацией, усилением конкуренции, часто складывается такая ситуация, в которой отечественным предприятиям крайне сложно конкурировать с мировыми лидерами. Можно назвать множество причин, обуславливающих это, но одна из основных и, возможно, самая главная — отсутствие новых технологий.

Развитые страны навязывают Республике Беларусь свою политику в области развития технологий, эта политика предполагает вывоз только таких технологий, которые в настоящий момент устарели и не являются передовыми.

На практике доказано, что передаваемые технологии были использованы и уже несколько раз модернизированы в тех странах, которые их передают.

Получив такую технологию, на внутреннем рынке Республика Беларусь, естественно, получает существенного конкурента для отечественных производителей. Как правило, такое предприятие не способно развивать свою технологию, а только может до предела эксплуатировать технологическую линию или переданное оборудование. В дальнейшем предприятие либо ликвидируется, либо покупает очередную технологическую линию.

Практически все крупные мировые корпорации при возможности используют экспорт технологий. Компания ничего не теряет, а только приобретает торгового представителя в стране, в которую были переданы технологические линии, и регионе реализации ее продукции.

Такой путь для республики крайне не выгоден. В результате подобной перестройки через непродолжительное время в Беларуси практически не останется организаций, способных самостоятельно развиваться. А тем временем в Италии, США, Великобритании грамотные инженеры будут думать над тем, что мы будем производить через десятки

лет. Приведу лишь один факт в подтверждение вышесказанному: в настоящее время в республике проще найти работу человеку, окончившему технический техникум, чем технический университет.

Организация процесса управления знаниями на любом предприятии уже предполагает наличие стратегии его развития. Предприятие работает на будущее, оно ясно осознает развитие мирового рынка и свое место на нем и активно влияет на изменение технологических процессов как в своем регионе, так и в мире, предлагая и одновременно диктуя выгодные для себя направления развития мировых технологий.

*П.А. Понтус
Филиал УО "ИСЗ" (Брест)*

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ SWOT-АНАЛИЗА ПРИ РАЗРАБОТКЕ СТРАТЕГИИ ВУЗА

Одним из исключительно действенных методов самоанализа и самоконтроля за результатами хозяйственной деятельности предприятия и управления маркетинговой деятельностью является ситуационный анализ, или SWOT (CBOT)-анализ, поэтому данная тема является актуальной. Его цель — показать высшему руководству и руководителям отдельных подразделений своеобразный срез того положения, в котором на момент проведения анализа находится предприятие.

Ситуационный, или SWOT-анализ, охватывая в комплексе всю производственно-хозяйственную деятельность предприятия, в конечном итоге должен привести к выдвижению новых идей и целей, выработке и оценке способов их достижения, соответствующих стратегических направлений развития и принятию решений руководства по их реализации.

SWOT-анализ относительно направлений анализа возможности и угрозы предполагает исследование внешней среды организации. Под возможностями понимаются направления развития вуза, вытекающие из анализа его сильных и слабых сторон. Под угрозами кроме отдельных факторов внешней среды приводится также ряд факторов, характеризующих слабые стороны деятельности вуза.

В настоящее время на рынке образовательных услуг г. Бреста функционируют следующие высшие учебные заведения: Брестский государственный университет им. А.С. Пушкина, Брестский государственный технический университет, Институт повышения квалификации и переподготовки кадров, Учреждение образование "Брестский государственный технический университет", Брестский филиал специального факультета бизнеса и информационных технологий Белорусского государственного университета, Брестский филиал института современных знаний.

Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.
Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.
успешного п... Belarus State Economic University. Library.