

$$\Delta \mathcal{E}_{\text{ВВП}} = \frac{\mathcal{E}_{\text{ВВП}}^{\text{П}} - \mathcal{E}_{\text{ВВП}}^{\text{Б}}}{\mathcal{E}_{\text{ВВП}}^{\text{Б}}} \times 100\%. \quad (4)$$

где $\mathcal{E}_{\text{ВВП}}^{\text{П}}$, $\mathcal{E}_{\text{ВВП}}^{\text{Б}}$ – энергоёмкость экономики в планируемом и базисном периоде соответственно.

Причину такой ситуации, по мнению автора, объясняет опыт и практика работы системы энергоменеджмента БМЗ [2], который свидетельствует, что действующий в Республике Беларусь инструментарий оценки эффективности энергоменеджмента предприятий противоречит основным экономическими целями государства и предприятий: максимизации добавленной стоимости продукции и ВВП, в том числе и за счет роста конкурентоспособности. Здесь справедливо замечание редакции на статью [3], что спрашивать с предприятий надо результат – наличие прибыли и устойчивый рост, а не выполнение отдельных объемных показателей эффективности, в том числе и энергоменеджмента.

Список использованных источников

1. *Данилов, К.* По отчетам – экономия. В действительности – разбазаривание средств / К. Данилов, В. Кудин // Государственный контроль. – 2013. – № 3.
2. *Андрианов, Н.* Как совместить экономические цели предприятия с выполнением Директивы Президента Республики Беларусь № 3 / Н. Андрианов // Директор. – 2008. – № 7.
3. *Шенец, Л. В.* Как считать экономию энергии? / Л. В. Шенец // Директор. – 2008. – № 11.

В. В. Колодкин

Республика Беларусь, Бобруйск

ТАК ВСЕ-ТАКИ MAKE OR BUY

Решение логистической задачи «MAKE OR BUY» (МОБ) является неотъемлемой частью логистической стратегии. Некоторые зарубежные авторы определяют логистическую стратегию как инструмент конкурентной борьбы, состоящий из множества факторов, которые способствуют высокой организационной «конкурентной реактивности», т. е. способности быстрее и лучше реагировать на изменения рынка. Среди множества логистических стратегий выделяют следующие: минимизации общих логистических издержек (TCO – Total Cost of Ownership), улучшения качества логистического сервиса, минимизации инвестиций в логистическую инфраструктуру и т. д.

Стратегия аутсорсинга широко применяется в логистике: современный бизнес все чаще концентрируется на ключевых сферах деятельности и компетенциях, а непрофильные виды деятельности передает сторонним подрядчикам – аутсорсинговым компаниям. В общем виде под аутсорсингом понимается передача аутсорсинговой компании, специализирующейся в соответствующей области, некоторых бизнес-функций или частей бизнес-процессов компании. Под логистическим аутсорсингом понимается целенаправленное привлечение партнера – логистического посредника для оказания определенных логистических услуг. Аутсорсинг стал альтернативой традиционным вертикально интегрированным компаниям, поскольку позволяет организациям быть более гибкими, сосредотачиваться на ключевых компетенциях и выстраивать долгосрочные взаимовыгодные отношения.

Инсорсинг, в свою очередь, предполагает создание собственной логистической инфраструктуры и самостоятельное выполнение операционной логистической деятельности.

В большинстве случаев при передаче логистических функций и операций на аутсорсинг доминируют мотивы сокращения логистических издержек, превращения постоянных издержек в переменные и сглаживания нагрузок в пики. Экономия на издержках при партнерстве с логистическим оператором достигается за счет эффекта специализации, возникающего в силу концентрации подрядчика на ключевой сфере деятельности. Таким образом, принятие решения «инсорсинг или аутсорсинг» в логистике принимается по минимуму общих затрат – Total Cost of Ownership (TCO) (рис. 1).



Рис. 1. Схема принятия решения «Make or Buy»

В состав ТСО при решении «покупать услуги» входят такие факторы, как тарифы на услуги логистических посредников, затраты денежных и временных ресурсов на анализ качества логистического сервиса у разных поставщиков, затраты на заказы, планирование и контроллинг деятельности логистических посредников, и др. В состав ТСО при решении «делать самому» входят затраты на формирование собственной логистической инфраструктуры, расходы на собственную операционную логистическую деятельность, управленческие и накладные расходы службы логистики и др. Как пример логистизации производственных систем, рассмотрим некоторые аспекты управления в автомобильной промышленности Японии, США и Западной Европы, которые ставили целью сокращение объемов складских запасов за счет использования аутсорсинга в части поставок сырья, материалов и комплектующих в зависимости от производственных потребностей. Это позволило высвободить оборотные средства, использовавшиеся на приобретение крупных партий сырья и материалов и содержание складских площадей. Фактически это выразилось в увеличении количества поставщиков и обеспечении частых поставок небольших партий сырья, материалов и комплектующих. Так, средний японский концерн-автопроизводитель имеет около 80 поставщиков, что в 1,5–2 раза превышает количество поставщиков для таких же предприятий в США и Великобритании (табл. 1). С 2001 г., по оценке, количество поставщиков для среднего автосборочного предприятия в Великобритании увеличилось на 7 %, а в США – более чем на 50 %.

Таблица 1

**Управление закупками
в автомобильной промышленности**

Показатель	Ед. изм.	Япония	США	Великобритания
Среднее количество поставщиков	Ед.	78	56	32
Частота срывов поставок	%	3,5	12,3	4,4
Уровень дефектности поставок	ед./млн. ед.	463	7752	3861

Следует отметить определенную связь между выбором варианта управления материальными потоками на производстве и решением логистической задачи «МОВ» (сделать или купить).

Выбор «тянущей» модели управления, как правило, сопровождается увеличением количества участников производственного процесса, т. е. тенденция к росту количества поставщиков наглядно свидетельствует о предпочтениях в решении логистической задачи «МОВ» в пользу выбора варианта «купить». При этом констатируем, что увеличение количества поставщиков не сказывается на качестве поставляемых сырья, материалов и комплектующих. По данным из различных источников, в стоимости изделий промышленной группы, производимых фирмой «Тойота», стоимость комплектующих, получаемых от предприятий – поставщиков может доходить до 70 %.

И. А. Кондаурова
Украина, Донецк

ИНСТИТУТ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В ЭКОНОМИКЕ ЗНАНИЙ

В последнее время важнейшим теоретико-методологическим и научно-практическим фундаментом экономического развития становится концепция экономики знаний. Знания выступают не только главным условием участия государства в глобальной конкуренции, но и становятся основным экономическим ресурсом, базисом создания и внедрения инноваций.

В современном обществе сфера образования и высшее образование, в частности, становится определяющим фактором динамичного социально-экономического развития страны. В то же время, его высокое качество возможно только при условии формирования в государстве эффективных институтов его функционирования.

Исследованию теоретических и прикладных аспектов роли образования в контексте формирования информационного общества и экономики знаний посвящены работы ряда известных ученых: Дж. К. Гэлбрейт, П. Друкер, В. Иноземцев, Г. Канн, М. Кастельс, Ф. Махлуп, Б. Мильнер, Д. Норт, Р. Нуреев, А. Тоффлер и др. [1; 2].

Выяснение места и роли образования в системе социально-экономической деятельности требует четкого представления о сути образования, теоретического выражения реально существующего явления как ведущего общественного института, активного фактора формирования экономики знаний.

БДЭУ. Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.

БГЭУ. Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.°

BSEU. Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by>

elib@bseu.by