

тон всплывает, а при опорожнении резервуара – опускается. При этом пространство над понтоном сообщается с атмосферой. В резервуарах без стационарной крыши понтон выполняет функцию плавающей крыши. Пространство над плавающей крышей свободно. Потери нефтепродукта при хранении в резервуарах с понтоном и плавающей крышей уменьшаются в два-три раза по сравнению с резервуарами без понтонов. При этом понтоны и плавающие крыши дороги, сложны в эксплуатации и недостаточно надежны.

Как было установлено, наиболее перспективным направлением сокращения потерь нефтепродуктов при хранении в РВС является привязка специального мягкого резервуара-газгольдера (МР) к паровоздушной полости, выполненного из эластичного газонепроницаемого антиэлектростатического материала. В этом случае парогазовая смесь перетекает из резервуара в МР и обратно без контакта с атмосферным воздухом [1], при этом необходимость в предохранительном клапане отпадает.

В дополнение следует отметить, что пары бензина, в составе парогазовой среды предусмотрено подавать на специальную компрессорную установку, с помощью которой осуществляется конденсация паровой фазы с образованием жидкого бензина. Таким образом, можно создать наливно-сливной комплекс светлых нефтепродуктов без каких-либо ощутимых потерь при гарантированной экологичности и пожарной безопасности.

Литература

1. Борьба с потерями нефтепродуктов от испарений при эксплуатации: монография / В.Ф. Греков [и др.]. – Днепродзержинск: ДГТУ, 2010.

Н.В. Немогай, канд. техн. наук, доцент

О.В. Устименко

Филиал МИТСО (Гомель)

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ: СИСТЕМНЫЙ И ПРОЦЕССНЫЙ ПОДХОДЫ

Ранее нами было показана целесообразность применения системы обеспечения конкурентоспособности и управления конкурентоспособностью (СКСП) для отечественных предприятий.

Адаптация такой системы к условиям Республики Беларусь в современных условиях показала, что она должна:

1) осуществлять исследование проблем с применением системного и процессного подходов (система – это не просто совокупность взаимосвязанных элементов, а единство объекта управления и его связей с внешней средой);

2) осуществлять применение механизма действия новой экономики – нового способа мышления, ориентированного на использование знаний и новых информационных технологий для повышения качества маркетинговых, эконо-

БДЭУ. Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.

БГУЭ. Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.°.

BSEU. Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by>

elib@bseu.by

мических, производственных, управленческих и других процессов ради повышения конкурентоспособности управляемых объектов;

3) предусматривать целесообразность повышения качества управленческих процессов на всех уровнях иерархии путем анализа механизмов действия экономических законов (анализируется 11 законов) и законов предприятия (анализируется 9 законов), применения научных подходов (20), принципов и современных методов, адаптированных к существующим внешним условиям;

4) реализовывать применение маркетингового подхода не по общеизвестной упрощенной однозвенной цепочке, а по двум: по первой – «стратегический маркетинг – потребитель» и по второй – «стратегический маркетинг – исследователь», «стратегический маркетинг – конструктор», «конструктор – технолог», «технолог – изготовитель» и т.д. На стадии стратегического маркетинга должны разрабатываться нормативы стратегической конкурентоспособности для всех звеньев цепочек;

5) реализовывать применение при исследованиях процесса формирования стратегии предприятия не только силы конкуренции на рынке продавцов (монополии, олигополии и т.д.), но и на рынке покупателей (монопсонии, олигопсонии и т.д.);

6) использовать принцип построения системы показателей конкурентоспособности объектов. Например, для продукции на нулевом уровне будет конкурентоспособность, а на первом – качество товара, его цена, качество сервиса, затраты на эксплуатацию товара, качество рекламы, рассматриваемых структурно как 5:4:3:2:1. Качество процессов управления как интегрированный динамический показатель конкурентоспособности определяет полноту и результативность проявления предыдущих пяти статичных показателей (факторов);

7) осуществлять использование конкретных зависимостей между ценой продукции и параметрами изготовителя и рынка (программа выпуска, дефицитность, качество, уровень унификации, сила конкуренции на рынках продавцов и покупателей, уровень конкурентоспособности и т.д.);

8) реализовывать методологию проведения макросегментации рынка (от потребностей потребителей к возможностям изготовителя) и микросегментации (от возможностей изготовителей к потребностям);

9) осуществлять исключение из состава показателей качества продукции показателей экономного использования сырья и материалов, ресурсоемкости по стадиям ее жизненного цикла;

10) применять теорию стратегического маркетинга – концептуально как стратегической ориентации любой деятельности на внешних и внутренних потребителей, в пространстве – как первой стадии жизненного цикла любого объекта (от персонала до страны), во времени – как первой общей функции управления. На входе предприятия (организации) – стратегический, а на ее выходе – тактический маркетинг;

11) осуществлять разграничение понятий «новшество» (как документально оформленный результат интеллектуальной деятельности) и «инновация»

(как процесс внедрения или реализации новшества). Новшеств может быть много, а инноваций – мало;

12) осуществлять переход от административных, экономических и социально-психологических методов управления персоналом, применяемых как альтернативные, к методам принуждения, побуждения и убеждения, рассматриваемым структурно, в зависимости от степени свободы личности, например, как 4:4:2;

13) использовать переход от унифицированных принципов управления персоналом к научным дифференцированным принципам работы руководителей (субъектов) разного уровня иерархии и исполнителей (объектов);

14) осуществлять использование методических основ проведения комплексной диагностики предприятия, включающей диагностику интеллектуального, рыночного, технического, ресурсного, управленческого, правового и других видов потенциала, а также потенциала внешней среды;

15) предусматривать применение в учебном процессе подготовки специалистов в Республике Беларусь интегрированной системы обучения и принятия решений – МЭТУК (методика – экономика – техника – управление – конкурентоспособность);

16) использовать методологические основы подготовки специалистов по дисциплине «Конкурентоспособность предприятия» в целях реализации национальной идеи возрождения Белоруссии на основе повышения ее конкурентоспособности и других новшеств.

*И.И. Очкольда, Н.А.Зайцева, К.О. Будницкая
Филиал МИТСО (Гомель)*

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

В 2011 г. начинается реализация Государственной программы инновационного развития Республики Беларусь на 2011–2015 годы. Концепцией госпрограммы в Республике Беларусь предусматривается проведение эффективной инновационной и инвестиционной политики. Используемые при этом инструменты государственного воздействия ориентированы на поддержку инициативы организаций, стимулирование в соответствующих направлениях их инвестиционно-инновационной активности. Согласно прогнозу социально-экономического развития Республики Беларусь в 2015 году ожидается рост инвестиций в основной капитал по сравнению с показателем 2010 года в 1,47–1,54 раза.

Основой выполнения поставленной задачи является обновление и модернизация основных фондов, рост инвестиций в основной капитал через механизм реализации экспортноориентированных инвестиционных проектов, обеспе-

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