

содержание и эксплуатацию машин и оборудования. Эта смета включает затраты на содержание, обслуживание и ремонт основных средств, используемых непосредственно в технологическом процессе, затраты по внутривозовскому перемещению грузов, амортизацию используемых основных средств, износ и затраты на восстановление малоценных и быстроизнашивающихся инструментов и приспособлений общего назначения. РСЭО распределяются по видам продукции пропорционально основной заработной плате производственных рабочих.

Следует отметить, что в РСЭО на многих предприятиях значительную долю занимает амортизация. Ее доля по цехам основного производства колеблется от 30 до 80%. Для производства продукции применяется различное оборудование, стоимость и нормы амортизации которого существенно отличаются. Чем сложнее и дороже оборудование, применяемое для производства определенного вида продукции, тем большую величину должна составлять амортизация. При высоком уровне механизации и автоматизации производства, применении прогрессивного оборудования заработная плата производственных рабочих на изготовление единицы продукции значительно ниже, но в этих условиях должны быть выше затраты на содержание и эксплуатацию оборудования. В действующей же практике калькулирования себестоимости изделий наблюдается противоположная картина.

РСЭО по видам продукции должны зависеть не от основной заработной платы производственных рабочих, а от типа оборудования и затрат времени для производства изделий на нем.

Кантс К. К., Куров Б. В., RISEBA (Пуга)

МАРКЕТИНГ ПРОГРАММ БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЯ RISEBA

В новой экономике знания будут выступать как:

- непосредственный продукт деятельности;
- предмет непосредственного потребления;
- производственный ресурс, используемый в процессе производства;
- предмет распределения и/или рыночной транзакции;
- орудие или инструмент управления;
- средство сохранения и консолидации общества.

Постепенно производство материальных предметов будет вытесняться из основной части мировой экономики производством знаний. Соответственно, рынок знаний будет играть все более и более значимую роль. Поэтому чрезвычайно актуальными являются вопросы, связанные с повышением качества образования, поскольку в экономике знаний наметился переход к рынку динамических возможностей, где основным становится способность человека или группы людей стать продуцентом нового знания.

В подготовке подобного типа специалистов видит свою стратегическую задачу RISEBA (Рижская Международная высшая школа экономики и управления), являющаяся частным высшим образовательным учреждением, аккредитованным Министерством образования и науки Латвийской Республики.

Функция маркетинга распространяется на весь предпринимательский цикл RISEBA, начиная от предпродажной подготовки (исследование рынка, разработка портфеля программ, ценообразования, лицензирования) внедрения и аккредитации до постпродажного обслуживания (взаимодействия с абсолвентами). Естественно, что началь-

ным этапом деятельности подразделений, связанных с маркетингом учебных программ бизнес-школы и отвечающих за создание ценности высшего образования для клиентов, является комплексный анализ потребностей в той или иной области бизнес-образования существующих и потенциальных клиентов, сегментация рынка, определения приоритетных направлений и маркетинговой стратегии RISEBA.

Важнейшими составляющими элементами этой стратегии являются развитие научной жизнедеятельности RISEBA и ее непосредственная связь с существующим бизнесом и работодателями.

RISEBA верна своей миссии и готовит высококвалифицированных специалистов, способных реализовать свои идеи для достижения намеченного пути к международной карьере в новых условиях глобализационного вызова в международной новой экономике.

Можно сформулировать конкурентные преимущества высшей школы, ориентированной на «экономику знаний»:

- современные, интересные и уникальные программы обучения;
- обучение на многих языках (в RISEBA обучение на трех языках – английском, русском, латышском);
- международная аккредитация и сотрудничество с зарубежными высшими школами;
- международная мобильность преподавателей и студентов;
- возможность обучения за рубежом;
- преподаватели со знаниями практического бизнеса;
- непосредственная связь с бизнесом и работодателями;
- современная материально-техническая и методическая база.

Карачун В.В., БГЭУ (Минск)

ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭКСПЕРТНОГО ПРОГНОЗИРОВАНИЯ В ПЛАНИРОВАНИИ ТОРГОВОГО АССОРТИМЕНТА ПРЕДПРИЯТИЯ

Планирование товарного ассортимента предприятия является одним из ключевых этапов процесса управления ассортиментом, обуславливающим его эффективность как на стратегическом, так и на оперативном уровне.

Без широкого применения методов прогнозирования эффективное планирование ассортимента не представляется возможным. Именно предвидение изменения факторов, влияющих на спрос потенциальных клиентов, изменение параметров внешней среды являются обоснованием ассортиментной концепции производственного и/или торгового предприятия.

Оценка динамики факторов внешней и внутренней среды как под влиянием внешней среды, так и в плане реакции на будущие действия предприятия служит основой для разработки ассортиментной политики.

Конкретная ассортиментная программа предприятия выстраивается с учетом возможностей достижения плановых критериев оценки эффективности всего процесса управления ассортиментом.

Прогнозирование, в котором объектом прогноза является совокупность товаров, и процессы, с ней происходящие, необходимо отнести к классу технологического прогнозирования, имея ввиду при этом не традиционное, а расширенное понимание термина технология.