

тизационной политики, постановке бухгалтерских операций, налогообложению, контролю поступающих лизинговых платежей, балансовому учету оборудования, условиям страхования имущества, сдаваемого в лизинг.

Для того, чтобы предотвратить ошибки, возникающие в ходе лизинговых операций, следует обращаться к организациям способным оказать консультативную помощь в организации и практическом сопровождении лизинговых проектов.

Модернизация производства, внедрение новых технологий с помощью лизинга позволяет быстро и эффективно развиваться товаропроизводителям, пополнить бюджет и укрепить финансовое положение республики Беларусь в целом, но не следует ожидать мгновенного результата. Поскольку рынок-это система экономических отношений, то именно в этом системном многообразии и состоит сложность формирования рынка как формы хозяйствования. Рыночные отношения формируются не в одночасье, к рынку нельзя "перейти" в установленные кем-то сроки. Это длительный и сложный процесс притирки друг к другу всех элементов рыночного хозяйства.

С.Н. Гнатюк, канд. экон. наук
Могилевский машиностроительный институт

КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ И НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

В условиях резкого обострения конкуренции в мировой экономике проблема обновления ассортимента и повышения качества приобретает решающее значение. Это обусловлено развитием научно-технического прогресса, которое вызывает сокращение жизненного цикла продукта и рост издержек производства. По оценке Акио Морита, фирма "Сони" вынуждена менять модели каждые полгода, а нередко и чаще. Поэтому успех фирмы во многом зависит от того как быстро и эффективно удастся поставить новый продукт на сборочный конвейер, а затем и на рынок. Но надо произвести не только новый, но и качественный продукт. Поэтому надо определиться что понимается под термином "качество". Профессор Гарвардской школы бизнеса Д.Гарвин определяет качество с пяти позиций. Качество - универсальный синоним высокого стандарта (философско-трансцендентальное определение); степень точности соблюдения всех производственных процессов (технологическое); уровень технических характеристик по сравнению с аналогичной продукцией (техническое); соответствие запросам и вкусам покупателей (потребительское); ценовые возможности использования продукции (рыночно-стоимостное определение). В соответствии с этими подходами качественной продукцией может считаться такая, которая выполнена на высоком технико-технологическом уровне, соответствует вкусам и финансовым возможностям потребителей.

Развитие научно-технической революции чрезвычайно обострило борьбу за потребителя, перенося соперничество из чисто количественных аспектов в качественные, важнейшим из которых становится научно-техническое обеспечение высокого качества товара. Понимание этого аспекта привело к тому, что во многих странах мира существует национальные премии за качество продукции, а фирмы разрабатывают комплексные системы управления качеством на всех производственно-сбытовых этапах. Так, например, в фирме "Ксерокс" разработано шесть принципов, определивших программу качества на 90-е годы:

1. Ориентация на потребителя.
2. Ориентация на инициативу и повышение квалификации
3. Линия руководства на улучшение качества.
4. Разработка и определение четких целей и направлений.
5. Удовлетворение все новых требований к качеству.
6. Осуществление и совершенствование руководства на фактической основе.

Опыт данной фирмы и многих других убеждает, что высокое качество достигается лишь тогда, когда она заботит всех и каждого в организации. И здесь важную роль играет образование. Американские компании тратят на обучение работников около 30 млрд долл. ежегодно, не считая затрат на зарплату обучающихся.

Следует подчеркнуть, что многие руководители понимают, что научно-технические исследования являются важным фактором повышения конкурентоспособности. Но научно-исследовательские работы - занятие дорогостоящее и рискованное. Многие направления исследований кончаются неудачей. Причем неудача во многом вызывается не столько научно-техническими аспектами, сколько рыночными (потребности покупателей, объем спроса, себестоимость продукции, поведение конкурентов и т.д.). Согласно американским и английским оценкам, 10-30 % идей могут быть запатентованы, но из этого числа лишь 0,5-3,5 % способны в той или иной мере окупить себя.

На многих фирмах возникает конфликт между кратко- и долгосрочными концепциями развития, противоречие между динамическим развитием и инерцией организационных структур. Как следствие, фирмы склонны отвергать новые идеи, особенно в тех случаях, когда речь идет о научных идеях, выходящих за рамки сформировавшихся направлений деятельности и ее стратегии.

Чтобы преодолеть этот конфликт в японской компании "ОКИ Электрик комп." Работает следующая схема: руководители всех главных функциональных звеньев определяют оценки и ожидания потребителей продукции фирмы относительно нового продукта. По результатам такого совещания составляется список технических проблем, которые должны решать исследования и разработки; необходимых технологических изменений в производстве; маркетинговых ценовой политики. "ОКИ" считает, что такой подход сокращает время получения нового качественного продукта на 30-50 %.

Каждая фирма, исходя из своей финансово-экономических и научно-технических возможностей, положения на рынке, выбирает соответствующую ей научно-техническую стратегию, позволяющую обеспечить конкурентоспособность продукции. С точки зрения К. Фримена, может осуществляться одна из следующих стратегий:

- традиционная, главной целью является повышение качества продукции;

- оппортунистическая, когда осуществляется поиск ниши, гарантирующей длительное господство на рынке при минимальных затратах на исследования и разработки;

- имитационная, предполагающая покупку лицензий на производство конкурентоспособных товаров;

- оборонительная, главной целью которой является стремление не отстать от конкурентов;

- зависимая, проводимая на мелких предприятиях, находящихся под контролем крупных фирм и вынужденных проводить исследования и разработки в интересах этих фирм;

- наступательная, для которой характерно стремление фирмы быть первой на рынке. Она характеризуется эффективным инновационным процессом; сотрудниками творческого склада; руководителями, склонными к новым идеям; возможностью распределения риска; хорошим знанием рынка и маркетинговой организацией.

Важное значение должно придаваться и типу, характеру ученых, работающих в фирме. Гроссман и Кинг выделяют три типа ученых: **орлы**, которые характеризуются сильным "я", развитыми волевыми качествами; **выдры**, имеющие острый интеллект, склонность к игре, терпимость; **единороги**, обладающие ярким умом и творческим началом. Для **орлов** и **выдр** необходимо видеть перспективу развития фирмы, иметь доступ к информации из других подразделений, ощущать соблюдение "доктрины справедливости". Для **единорогов** необходимо создание условий для вдохновения, то есть необходимо, чтобы они занимались проблемами, которые им интересны и чтобы в фирме имелась необходимая "критическая масса" творческих людей.

Продуктом ученых являются новые научные знания, технология. Производителя интересует прежде всего полезный эффект, качественная сторона новой технологии, то есть способность увеличить прибыль фирмы, долю на рынке и т.д. Задача заключается в том, чтобы рассчитать количественную оценку качества технологии, т.е. определить величину дополнительного прибавочного продукта получаемого при внедрении технологии в производство. Оценка должна даваться априорно, до начала применения технологии в производстве. При этом необходимо учесть множество факторов, которые часто трудно определить количественно: степень новизны научной идеи, предположительная длительность ее жизни, степень готовности ее применения в производстве, вероятность появления аналогичных идей у фирм-конкурентов и т.д.