

только для того, чтобы компенсировать все затраты, связанные с ее производством, но и обеспечить получение прибыли в размере, необходимом для выплаты лизинговых платежей и получения собственной прибыли.

Были выполнены расчеты эффективности применения лизинга для инвестирования конкретных энергетических объектов. Эти расчеты показывают, что экономическая выгода лизинга существенно зависит от соотношения между стоимостью устанавливаемого оборудования и ценой на отпускаемую энергию. В условиях, когда оборудование приходится закупать за границей по ценам, близким к мировым, а цены на электроэнергию у нас в два - три раза ниже мировых, инвестирование таких объектов не всегда оказывается экономически возможным. Поэтому представляется весьма важным развитие в республике собственной энергомашиностроительной базы, обеспечивающей производство и изготовление необходимого энергетического оборудования. Необходимо также обеспечение благоприятных условий для развития лизинговых форм инвестирования.

<http://bseu.by/>

Е.П. Панфилова
БГЭУ (Бобруйский филиал)

ИНФЛЯЦИЯ И МАРКЕТИНГ В ПЕРЕХОДНОЙ ЭКОНОМИКЕ БЕЛАРУСИ

В качестве одного из средств стабилизации производства и экономики в целом является уменьшение инфляции, а сама стабилизация производства - это материальная основа улучшения финансового положения.

При использовании концепции маркетинга важно постоянно учитывать факторы, оказывающие влияние на ее реализацию. Одним из таких факторов является состояние экономики, в частности, уровень инфляции, который влияет на процентные ставки, обменные курсы. Многие предприятия не в полной мере реагируют на воздействие инфляции. Для ряда крупных компаний успех связан именно с обоснованным и четким применением маркетинговых принципов и методов.

Основа маркетинговой деятельности - это маркетинговые исследования. В качестве экономических моделей таких исследований можно рассматривать имитационное моделирование, трендовые модели прогнозирования, основанные на различных аналитических зависимостях по удовлетворению спроса потребителей. Хотя математический анализ экономических явлений очень труден, в качестве математических моделей могут использоваться модели поведения потребителей, основанные на пуассоновских моделях

покупок, марковских моделях выбора товара. Для повышения достоверности и надежности прогнозируемой информации необходимы четкие методы оценки эффективности проведения маркетинговых исследований, учитывающие уровень инфляции.

Необходимым условием выживания предприятий в кризисных ситуациях является эффективная реализация концепции маркетинга, которая должна постоянно учитывать состояние экономики как неконтролируемого фактора. Речь идет об умении работников службы управления маркетингом правильно и своевременно использовать ресурсный потенциал в соответствии с теми требованиями, которые диктует переходная экономика.

<http://bseu.by/>

Т.И. Парицкая
БГЭУ (Минск)

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНО-ТВОРЧЕСКОГО ТРУДА

От правильного понимания социально-экономической сущности интеллектуально-творческого труда во многом зависит подбор адекватных критериев оценки его эффективности и оплаты.

Перед работниками с творческой активностью всегда стоит цель - изобретение, открытие нового, качественное изменение существующей ситуации.

Следовательно, вознаграждение работника с творческим потенциалом - это не воспроизводство его способности творить и не стоимость его рабочей силы, а только плата за произведенный продукт труда.

К основным условиям развития творческого начала в трудовой деятельности следует отнести: наличие способностей к интеллектуально - творческой работе; востребованность этих способностей; наличие информации и свободный доступ к ней, возможность удовлетворения потребности в общении.

Заработная плата работников интеллектуально - творческого труда должна быть в определенной мере увязана с фактическими коэффициентами, отражающими интенсивность труда (срок выполнения задания, выполнение руководителями нормы управляемости). Особое внимание при этом необходимо уделить вопросу соответствия интересов участников трудового процесса и системы материального стимулирования для управленческого персонала.