

$$x_2 = \frac{I + 160}{160}, (10)$$

Изменялась величина дохода I от 2000 до 3000 с шагом 100 и вычислялся спрос на каждое благо в соответствии с формулами, строилась таблица значений функций спроса, по которой изображались графики функций.

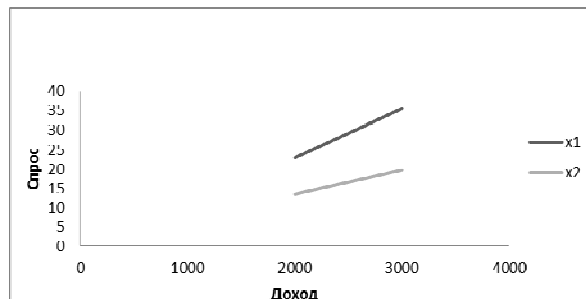


Рис. 3. Спрос на благо Б1 и Б2 в зависимости от дохода потребителя

Таким образом, главной задачей потребителя является максимизация уровня удовлетворения его потребностей. Для понимания поведения потребителя, важно учитывать все параметры, которые имеют влияния на его покупки: поведение графиков общей и предельной полезностей, кривые безразличия потребителя, его бюджетное ограничение и многое другое – так как, только приняв все эти факторы во внимание, можно построить модель, приближенную к реальной жизни.

Литература

1. *Колемаев В.А.* Математическая экономика: Учебник для вузов – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 390 с.
2. *Красс М.С., Чупрынов Б.П.* Основы математики и ее приложения в экономическом образовании: Учеб. – 2-е изд., испр. – М.: Дело, 2001. – 688 с.

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ МЕХАНИЗМ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕШЕНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Ю. М. Милош

Формирование долгосрочных конкурентных преимуществ на целых сегментах рынка – важнейшая проблема для каждого предприятия. Основы конкурентных преимуществ создаются путём разработки и реализации инвестиционной политики предприятия – комплекса мер, предусматривающих завоевание и укрепление рыночных позиций в долгосрочной перспективе. Определяются приоритетные направления капиталовложений, устанавливается оптимальное распределение ресурсов между ними по критерию повышения конкурентоспособности предприятия. К ключевым факторам успеха реализации рыночной стратегии предприятия относятся: наличие высококачественного менеджмента; способ-

ность обеспечить эффективное использование собственных и привлекаемых финансовых ресурсов; качественное решение задач повышения конкурентоспособности. Главным критерием принятия того или иного инвестиционного решения должна быть экономическая эффективность, важнейшим мерилom которой является конкурентоспособность предприятия на внешнем и внутреннем рынках.

Нами рассмотрен процесс принятия инвестиционного решения в рыночных условиях.

Структурный процесс принятия любого инвестиционного решения обычно охватывает все *стадии инвестиционного цикла* от момента возникновения идеи до утверждения инвестиционного проекта руководителем предприятия (объединения) и его внесения в план капитальных вложений.

Фазы цикла разработки и реализации инвестиционного проекта:

III – Эксплуатационная;

II – Инвестиционная;

I – Прединвестиционная.

Под инвестиционной идеей следует понимать внесённое предложение по осуществлению капитальных вложений в конкретный объект с целью повышения эффективности производства, получения намечаемой выгоды.

На практике принятие инвестиционного решения на предприятии всегда связано с закупкой необходимого оборудования и совершенствования технологических процессов на производстве, внедрением научно-технического прогресса.

До того момента, как стать инвестиционным решением, предложенная идея должна пройти ряд последовательных этапов её рассмотрения. Инвестиционные идеи, возникающие в различных подразделениях предприятия в рыночных условиях, поступают в администрацию (директору) или в подразделения предприятия, отвечающее на координацию усилий по реализации стратегии предприятия на перспективу и состоящее из высококвалифицированных сотрудников различного профиля. Там изучают внесённые предложения и отвергают идеи, не соответствующие стратегическим целям предприятия. Идеи, прошедшие этап отбора, оформляются в соответствующие предложения и направляются для дальнейшего изучения в другие структурные подразделения предприятия, отвечающие за разработку инвестиционных проектов. На данном этапе рассмотрения структурные подразделения формируют инвестиционные альтернативы, которые впоследствии вновь подвергаются экспертизе, критерием которой является экономическая эффективность.

Такой процесс рассмотрения идей даёт возможность выбрать наиболее эффективный и приемлемый вариант, который принято называть инвестиционным проектом, являющимся в итоге конечным продуктом

процесса принятия инвестиционного решения. Прохождение предлагаемыми идеями ряда этапов отбора даёт предприятию возможность минимизировать риск принятия и реализации малоэффективного инвестиционного решения. Приведенная модель принятия предприятием инвестиционного решения носит идеальный характер.

На практике имеют место различные отклонения от данной модели, причинами которых могут быть такие явления, как недостаток финансовых ресурсов, несовершенная система управления производством в новых условиях хозяйствования и др.

На практике принятие инвестиционного решения на предприятии всегда связано с закупкой необходимого оборудования и совершенствования технологических процессов на производстве, внедрением научно-технического прогресса.

Процесс реализации инвестиционного решения, принятого предприятием, можно представить следующей таблицей (табл. 1).

Таблица 1

Порядок реализации инвестиционного решения на предприятии

<i>Этап</i>	<i>Процесс</i>
I	Сбор и обработка информации о потенциальных поставщиках (производителях) технологического оборудования
II	Проведение тендера на поставку оборудования и выбора поставщика (производителя)
III	Заключение договора с поставщиком на поставку оборудования
IV	Поставка оборудования, контроль
V	Монтаж оборудования, пусконаладочные работы, обучение обслуживающего персонала, совершенствование технологического процесса

Информацию о потенциальных производителях и поставщиках технологического оборудования обычно добывают путём проведения постоянного мониторинга новых технологий. Изучаются количественные, качественные характеристики, стоимость выпускаемого оборудования, возможности его поставки на рынок.

Как правило, сведения информационного порядка о поставщиках оборудования получают в процессе многолетнего сотрудничества с ними, путём посещения специализированных выставок, предприятий-производителей, поиска по Интернету. Практически проблем с информационным обеспечением при проведении конкурса на поставку технологического оборудования у предприятий не возникает.

Подбор потенциальных поставщиков (производителей) оборудования может осуществляться по следующим критериям проектирования производственного процесса:

- производственная мощность объекта;
- ресурсоёмкость;
- экономическая эффективность реализации проекта;
- производительность;
- надёжность;
- ремонтпригодность;
- стандартизация;
- промышленная, санитарная и гигиеническая безопасность.

Как правило, после обоснования требования к необходимому комплексу технологического оборудования следует произвести предварительный выбор потенциальных поставщиков (производителей).

При достигнутом консенсусе с потенциальными поставщиками (производителями) предприятие высылает каждому из них официальное приглашение для участия в конкурсе на поставку необходимого технологического оборудования. После этого производители подготавливают свои конкретные предложения, в которых отражаются следующие позиции:

- перечень поставляемого оборудования, обеспечивающего решение задач, поставленных технико-экономическим обоснованием;
- стоимость поставляемого оборудования;
- гарантии на поставку оборудования;
- качественные характеристики поставляемого оборудования и др.

Полученные от производителей (поставщиков) предложения анализируются и оцениваются группой разработчиков технико-экономического обоснования. При выборе конкретного производителя (поставщика) оборудования специалисты предприятия исходят из следующих факторов:

- изучается надёжность оборудования в работе;
- уточняется наличие сервисной службы (от фирмы-производителя);
- определяется возможность перспективного расширения изготавливаемого на выбранном оборудовании ассортимента продукции;
- проверяется устойчивость финансового состояния производителя оборудования, сроки и способ его поставки, комплектность, условия финансирования приобретения оборудования.

Проработанные предложения, поступившие от различных производителей, обобщаются техническим отделом предприятия в форме таблицы. К таблице прилагается пояснительная записка с детальным анализом предложений производителей (поставщиков) за подписью начальника технического отдела. Пояснительная записка содержит рекомендации по выбору

конкретного поставщика, который сможет максимально полно удовлетворить требования предприятия.

Итоги проведения конкурса по отбору производителя (поставщика) оформляются протоколом. Результаты конкурса по выбору производителя (поставщика) оборудования доводятся официальными письмами как до выигравшей, так и до проигравшей тендер стороны. С выбранным производителем (поставщиком) оборудования заключается контракт.

Рассмотренный организационный механизм принятия и реализации инвестиционных решений в силу некоторых объективных и субъективных причин, безусловно, не является идеальным, но представляет собой достаточно яркий пример организации на практике инвестиционного процесса для конкретного предприятия.

Литература:

1. Инвестиции: анализ, прогноз, управление / С.С. Полоник – Минск: НИЭИ Минва экономики Респ. Беларусь, 2007. – 376 с.
2. Научные достижения в пищевой промышленности: становление и развитие / З.В. Ловкис [и др.] ; под общ. ред. З.В. Ловкиса. – Минск : ИВЦ Минфина, 2016. – 336 с.
3. Статистический ежегодник 2016 / Статистический сборник Министерства статистики и анализа Республики Беларусь. – Минск, 2016. – 519 с.

БЕНЧМАРКИНГ КАК СОВРЕМЕННЫЙ ИНСТРУМЕНТА ЗАВОЕВАНИЯ РЫНКА

Я. С. Михневич

Чтобы оптимизировать собственную деятельность и сформировать конкурентное преимущество, необходимо изучать других, отбирать в процессе исследований приемы работы из практики конкурентов, фирм-партнеров, то есть сравнивать свое предприятие с лидерами и учиться методам повышения уровня конкурентного потенциала на основе полученного опыта. Суть данного подхода в мировой практике бизнеса отражена в бенчмаркинге.

Целью данной работы является изучение бенчмаркинга как эффективного инструмента управления качеством.

Согласно цели исследования можно выделить следующие задачи:

1. дать понятие бенчмаркинга, показать преимущества его для организаций;
2. рассмотреть виды бенчмаркинга;
3. изучить теоретические основы проведения бенчмаркинга в организациях;