

до 3 тыс. При этом количество посетителей агроусадб должно увеличиться в 2,5 раза, а объем доходов — в 3 раза [5].

Одним из приоритетных направления развития туризма является агротуризм. Агротуризм имеет все шансы помочь белорусской деревне и развить положительный имидж нашей страны, незаметной пока на мировом туристическом рынке. Однако такие положительные перемены возможны лишь в том случае, если агротуризм станет полноправным сектором туристической отрасли.

Литература

1. Лученок, С. А. Агротуризм: мировой опыт и развитие в Республике Беларусь / С. А. Лученок. — Минск: БГЭУ, 2008. — 198 с.
2. Министерство спорта и туризма. Беларусь туристическая [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.mst.by/ru/tourists-belarus>. — Дата доступа 24.11.11.
3. Информационный портал БУСЕЛ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.busel.org/texts/cat3ai/id5grwzyey.htm>. — Дата доступа: 20.11.11.
4. Об утверждении национальной программы развития туризма в Республике Беларусь на 2006–2010 годы: постановление Совета Министров Республики Беларусь от 24 августа 2005г. №937.
5. Министерство спорта и туризма. Агротуризм в Беларуси [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.mst.by/ru/press-centre/actual/agroturizm-v-belarusi_i_243.html. — Дата доступа 29.11.11.

Условия принятия эффективных управленческих решений

*Гудкова Ю. А., студ. III к. БГУ,
науч. рук. преп. Лукашук Н. А.*

Управленческое решение — это результат анализа, прогнозирования, оптимизации, экономического обоснования и выбора альтернативы из множества вариантов достижения конкретной цели системы менеджмента [1, с. 4].

От принятия эффективных управленческих решений зависит обеспечение конкурентоспособности продукции и предприятия на рынке, проведение правильной кадровой политики, формирование рациональных организационных структур, регулирование социально-психологических отношений на предприятии, создание положительного имиджа предприятия и т. д. Управленческие решения занимают центральное место в процессе управления, выполняя направляющую, координирующую и мотивирующую функции. Поэтому на сегодняшний день в условиях экономического кризиса особое внимание должно уделяться принятию эффективных управленческих решений, так как качественные управ-

ленческие решения являются необходимым условием обеспечения эффективной деятельности предприятия.

Для того чтобы обеспечить высокое качество и эффективность управленческого решения нужно соблюдать следующие условия:

- применить научные подходы менеджмента к разработке управленческого решения;

- изучить влияние экономических законов на эффективность управленческого решения;

- обеспечить менеджера, принимающее решение, качественной информацией, характеризующей параметры входа, процесса, выхода, «внешней среды» при разработке решения;

- применить методы функционально-стоимостного анализа, прогнозирования, моделирования и экономического обоснования каждого решения;

- структурировать проблемы и построить дерево целей;

- обеспечить сопоставимость (сравнимость) вариантов решений;

- обеспечить многовариантность решений;

- обеспечить правовую обоснованность принимаемого решения;

- автоматизировать процесс сбора и обработки информации, процесс разработки и реализации решений;

- разработать и обеспечить функционирование системы ответственности и мотивации качественного и эффективного решения;

- предусмотреть наличие механизма реализации решения [2, с. 15].

На условном примере рассмотрим алгоритм принятия эффективного управленческого решения. Компания «А» специализируется на производстве и реализации столов из массива дуба. Структура плановых затрат на единицу одного стола следующая: материалы — 150 д. е.; прямые переменные трудозатраты — 100 д. е.; переменные производственные накладные расходы — 25 д. е.; постоянные производственные накладные расходы — 75 д. е.; переменные непроизводственные расходы — 25 д. е.; постоянные непроизводственные расходы — 25 д. е. Соответственно, себестоимость товара составляет 400 д. е. Постоянные расходы — средства, затрачиваемые на производство и реализацию 1000 единиц продукции в месяц при нормальных условиях. При этом полная мощность предприятия составляет 1200 единиц продукции. Товар реализуется по цене 500 д. е. за единицу. Компания уже заключила контракт на производство 1000 единиц продукции и предполагается, что все эти договора будут исполнены и оплачены заказчиками. Если предположить, что предприятию поступил разовый заказ на производство еще 100 единиц продукции по цене 480 д. е., то менеджер по продажам должен предпринять следующие действия:

- 1) Просчитать выгодность принятия заказа: исходя из того, что полная мощность предприятия составляет 1200 единиц и что на производство еще 100 единиц продукции не потребуется затрачивать постоянные производственные

накладные расходы и постоянные непроизводственные расходы, себестоимость продукции составит 390,9 д. е. ввиду снижения условно-постоянных расходов в единице продукции при росте объема производства. То есть если реализовать еще 100 единиц продукции по цене 480 д. е. за единицу (прибыль 89,1 д. е. за каждую единицу продукции), то дополнительная прибыль составит 8910 д. е., что несомненно выгодно для предприятия.

2) Предусмотреть убытки принятия заказа: если основные заказчики узнают, что предприятие реализовывает свой товар (100 ед. по цене 480 д. е., а не 500 д. е.) другим клиентам по более низкой цене, то также могут потребовать снижения цен, либо конкуренты, узнав о снижении цен, могут временно уменьшить цену и на свой товар, что приведет к оттоку основных заказчиков предприятия к конкурентам.

3) Предусмотреть риски: в случае выхода оборудования из строя и других непредвиденных обстоятельств предприятие может не выполнить свои обязательства перед более выгодными заказчиками и, таким образом, лишиться прибыли.

Таким образом, принимая решение, менеджер должен исходить не только из получения прибыли и выгод для предприятия, но также должен предусмотреть поведение конкурентов, заказчиков, учесть все возможные убытки и составить несколько вариантов действий, из которых впоследствии выберет наиболее оптимальное.

Литература

1. Шалимо, П. В. Производственный менеджмент / П. В. Шалимо. — Минск: БГТУ, 2009. — 44 с.
2. Башкатова, Ю. И. Управленческие решения / Ю. И. Башкатова. — М.: МЭСИ, 2004. — 184 с.

Припятское Полесье — новый международный туристский бренд Республики Беларусь

*Карачун А. Э., Годун Е. В., студ. III к. БарГУ,
науч. рук. преп. Лишко О. В.*

Туризм является одной из важнейших сфер современной экономики. Данный вид деятельности направлен на удовлетворение потребностей людей в ознакомлении с историей, культурой, обычаями, духовными и религиозными ценностями различных стран и их народов. Во многих регионах туризм становится важной сферой деятельности и оказывает благотворное влияние на развитие других секторов экономики, включая гостиничное хозяйство, транспорт и ком-