

казаться, что это спорный момент, ведь вполне логично, что рекламospособность и успех товарного знака зависят от того, насколько удачно подобраны его графические детали, цветовые решения, словесные элементы, выбраны стиль, настроение и энергетика знака. Все это действительно так. Но вместе с тем, коммерческая ценность товарного знака создается вовсе не работой художника-дизайнера или автора слогана, словесного товарного знака, а стратегией его продвижения на рынке, качеством выпускаемых товаров. Нередко при оценке бизнеса, особенно давно работающих на рынке, известных и уважаемых компаний, именно товарный знак оказывается наиболее ценным активом, формирующим стоимость деловой репутации фирмы.

В табл. 1 сгруппирована информация об объектах интеллектуальной собственности: видах охранных документов и сроках действия исключительных прав [2].

Сегодня в решение вопросов, связанных с интеллектуальной собственностью, вовлечен широкий круг специалистов: конструкторы, патентоведы, юристы, оценщики, экономисты, бухгалтеры. Интеллектуальная собственность была, есть и будет. Это животрепещущая тема, актуальность которой в рыночных условиях возрастает.

ЛИТЕРАТУРА

1. Интеллектуальная собственность: Основные материалы. – Новосибирск: ВО «Наука», 1993. – Ч. 1, 2. – 176 с.
2. Промышленная собственность: Нормативно-метод. материалы. – Мн.: Государственный патентный комитет Республики Беларусь, 1998, 1999. – Вып. 4, 5.

Таблица 1
Охранные документы и сроки действия исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности в Республике Беларусь

Вид охранного документа	Объект интеллектуальной собственности	Основной срок действия прав, лет	Дополнительный срок после продления, лет
Патент	Изобретение	20	Не предусмотрен
	Полезная модель	5	До 3
	Промышленный образец	10	До 5
	Селекционное достижение (сорта растений)	25	Не предусмотрен
Свидетельство	Топология интегральной микросхемы	10	Не предусмотрен
	Товарный знак (знак обслуживания)	10	Каждый раз по 10 (без ограничения наибольшего срока)
Не предусмотрен	Объект авторских прав	Вся жизнь автора	+ 50
	Программа для ЭВМ	Вся жизнь автора	+ 50
	База данных	Вся жизнь автора	+ 50
	Объект смежных прав	50 лет после опубликования, исполнения и т. д.	Не предусмотрен
	Ноу-хау	Бессрочно (в зависимости от длительности сохранения в тайне)	

УДК 656.02

РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ В АВТОРЕМОНТНОМ ПРОИЗВОДСТВЕ

ПРИМШИЦ В. В.

Белорусский национальный технический университет

В системе методов управления экономические методы занимают особое место, являясь косвенной формой воздействия управляющей

системы на объект управления, при которой названная система, изменяя экономическую ситуацию, достигает сосредоточения матери-

альной заинтересованности, а затем и воли работников на выполнении задач-целей управления.

Применение экономических методов управления на предприятиях представляет процесс целенаправленного изменения экономической ситуации для достижения максимальной выгоды. Он включает накопление, переработку и использование информации, т. е. происходит управленческое воздействие – превращение пассивной информации в активную.

Системный и комплексный подходы в использовании экономических методов управления в зависимости от структуры управления предприятия включают различные средства, соответствующие определенным функциональным подсистемам.

В условиях перехода к рыночным отношениям особое значение имеют показатели, определяющие использование экономических методов управления предприятием. Таким образом, можно определить резервы повышения эффективности работы с наименьшими затратами. На предприятиях проблемы не всегда упираются только в финансирование, зачастую некоторые можно решить, применив различные экономические методы, для чего достаточно проанализировать соответствующие показатели, характеризующие их производственную и финансово-хозяйственную деятельность. От правильного выбора показателей в значительной степени зависит обеспечение бесперебойной и прибыльной работы предприятия.

В частности, проследить влияние экономических методов на прибыль на различных уровнях ее формирования можно, представив следующую цепочку: маркетинговые исследования – формирование портфеля заказов и производственной программы предприятия – калькуляция себестоимости и определение цены – формирование дохода и определение прибыли. На каждом уровне используются различные экономические методы. Так, планирование большее влияние имеет на начальных этапах, тогда как финансово-кредитные рычаги и экономические санкции в значительной степени

влияют на последнем уровне формирования прибыли.

Трудно выделить конкретные экономические методы, способствующие достижению результатов, однако можно определить наиболее существенные.

В соответствии с классификацией основных экономических показателей финансово-хозяйственной деятельности предприятий предложим некоторые из них, количественно и качественно определяющие применение экономических методов управления (показатели выбраны в соответствии с основными рыночными критериями, предъявляемыми к среднему предприятию). Так, прибыльное предприятие с коэффициентом обновления основных фондов больше 0,15, средним возрастом работников около 40 лет и рентабельностью выше среднеотраслевой, а также имеющее процент долгосрочных договоров более 60 приемлемо использует традиционные экономические методы. Однако такие методы на предприятиях республики зачастую используются не в полной мере, особенно это касается низкорентабельных отраслей. Одной из таких является авторемонтная.

Анализ использования экономических методов управления в авторемонтном производстве показал, что практически на всех крупных авторемонтных предприятиях республики (РУП «Авторемонт», Гомельский, Брестский, Слонимский АРЗ и др.) в настоящее время используется только один метод ценообразования – на основе калькуляции затрат. Это не позволяет предприятиям более гибко реагировать на изменения конъюнктуры развивающегося рынка. В лучшем положении находятся предприятия, подчиняющиеся Министерству сельского хозяйства (Витебский мотороремонтный завод).

Основную проблему составляет процесс калькуляции затрат на проведение ремонта единицы изделия. Определение наиболее рентабельного изделия оказывается затруднительным, так как рентабельность зависит и от качества ремонтного фонда, поступающего на завод.

Проблема качества проведения ремонта, в свою очередь, зависит от обеспечения учета и наличия запасных частей для его проведения.

Существенно влияет на организацию учета процесс дефектации изделий. Этот процесс напрямую связан с наличием запасных частей для ремонта, которые приобретаются за границей (в основном в России – для агрегатов КамАЗ, ЯМЗ). Процент постановки некачественных деталей постоянно растет, снижая качество ремонта и сроки службы отремонтированного агрегата.

Система планирования на авторемонтных предприятиях в настоящее время ограничивается составлением годовых планов. Долгосрочное планирование отсутствует. Среди причин отклонения фактических объемов производства от плановых на авторемонтных предприятиях чаще всего указываются следующие:

- повышение цен на сырье и комплектующие изделия (РУП «Авторемонт», Брестский, Гомельский, Слонимский АРЗ);
- отсрочки платежей за изготовленную продукцию (Борисовский, Мозырский, Слонимский АРЗ, РУП «Авторемонт»);
- проблемы финансового обеспечения производственного процесса (РУП «Авторемонт», Слонимский АРЗ и др.);
- отсутствие четкой системы учета на предприятии (РУП «Авторемонт»).

В ряде названных выше предприятий отсутствуют причины, связанные с анализом потребительского спроса, рыночных изменений, внутрипроизводственных проблем. Можно предположить, что на авторемонтных предприятиях республики не налажен аналитический учет и, как следствие, не создаются гибкие бюджеты, позволяющие реагировать на возможные изменения.

Размеры производственных запасов по отношению к объемам производства постоянно растут. Сложное финансовое положение предприятий республики, а также общая экономическая ситуация не способствуют налаживанию и сохранению прочных деловых связей.

На предприятиях негосударственного сектора не всегда используются такие методы стимулирования, как участие в прибыли и собственности. Так, на Борисовском и Слонимском АРЗ участие в прибыли отсутствует. А на Слонимском АРЗ в связи со сложной финансовой обстановкой собственникам не приходится ожидать дивидендов. На акционированных авторемонтных предприятиях основная часть акций (Борисовский и Слонимский АРЗ – до 95 %) принадлежит государству, снижая, таким образом, эффективность воздействия как материальных методов стимулирования, так и функционирования предприятий в целом.

На многих авторемонтных предприятиях республики созданы маркетинговые отделы. Но необходимые внешние исследования в них не проводятся, поскольку чаще всего стоит задача выжить, а не развиваться. Соответственно и анализом с применением экономико-математических методов предприятия не занимаются.

Над значительным числом ремонтных предприятий республики нависла угроза банкротства. Их руководители пытаются переложить ответственность за неэффективное хозяйствование на внешние условия. Однако экономические факторы внешней среды определяют только 30 % (в худшем случае 50 %) успеха предприятия. А остальные 70 % (50 %) зависят от системы управления.

К неудовлетворительному управлению на предприятиях ремонтного профиля могут привести: отсутствие требуемого уровня планирования и достоверного анализа его деятельности, неудовлетворительный финансовый контроль за работой всех структурных подразделений, неадекватная управленческая информация. Традиционный учет не обладает нужной оперативностью, утрачивает свою информативность и полезность для принятия управленческих решений.

Основываясь на рассмотренной концепции управления и учитывая, что цивилизованный рынок создает условия для более эффективного использования экономических методов и позволяет расширить границы их использования,

можно определить появление новых, к которым, по нашему мнению, относятся: управление по целям, контроллинг, формирование стратегии предприятия. С учетом этого предлагается следующий состав экономических методов управления предприятием: финансово-кредитные рычаги; хозяйственный, или коммерческий, расчет; система ценообразования; средства и методы материального стимулирования; система налогообложения; система льгот и дотаций; экономические санкции; система планирования; учетная политика и система учета; контроллинг; управление по целям; формирование стратегии предприятия.

Контроллинг в цивилизованном рынке рассматривается как процесс интеграции методов учета, анализа, планирования и контроля в единую систему получения, обработки и обобщения информации и принятия на ее основе управленческих решений, а также как систему, управляющую экономикой предприятия. Такая система сориентирована на достижение не только текущих целей в виде получения прибыли или минимизации убытка, обеспечения платежеспособности и ликвидности предприятия, но и на глобальные стратегические цели – выживание предприятия в условиях конкуренции при рыночном механизме хозяйствования, сохранение рабочих мест.

В современных условиях хозяйствования, требующих гибкого реагирования на изменения окружающей среды, все сложнее прогнозировать деятельность предприятий, труднее ими управлять. К тому же внедрение новых высокопроизводительных и наукоемких технологий требует от них значительных финансовых вло-

жений, в то время как основная масса предприятий республики не может себе этого позволить. Поэтому, прежде чем предпринимать какое-либо решение, предприятие должно четко представлять свои возможности и последствия решения.

Сегодня появилась необходимость использования и нетрадиционного экономического метода – управления по целям, являющегося разновидностью контроллинга и основой стратегического планирования. Данный метод можно определить как систему планирования и достижения результатов в наиболее желательном и необходимом для организации направлении при одновременном удовлетворении потребностей членов этой организации.

Все это обуславливает необходимость большей приспособленности управления предприятием к рыночной саморегуляции, что, в свою очередь, усиливает значение такого нетрадиционного экономического метода, как формирование стратегии, обеспечивающего ему финансовую устойчивость в перспективе.

Стратегия предприятия – это программа его деятельности, отражающая предвидение будущего развития (изменения) посредством представления в ней совокупности действий, ориентированных процессов, мероприятий, характеристик, включая анализ последствий управляющих воздействий и инноваций. Она обеспечивает повышение мотивации заинтересованности работников в реализации этой программы, создает чувство уверенности, ориентирует на устойчивое развитие предприятия в условиях рынка.