

решения с генеральным директором), что хорошо согласуется с существующими в нашем обществе групповыми нормами и социальными стереотипами.

Использование модели, которая предусматривает концентрацию маркетинговой функции в одной структурной единице, руководитель которой (маркетинг-директор) напрямую подчиняется Генеральному директору, открывает больше возможностей для использования маркетинговой информации и реализации стратегии в интересах предприятия, поскольку в этом случае исследования (и использование их результатов) инициируются службой маркетинга исходя из потребностей всего предприятия.

Список использованных источников

1. Harris, L. Developing Market Orientation: An Exploration of Differences in Management Approaches / L. Harris // J. of Marketing Management. – 2002. – Vol. 18. – P. 603-632.
2. Рощиненко, Г.В. Маркетинговая ориентация белорусских предприятий: социологический анализ / О.В. Кобяк, Г.В. Рощиненко. – Минск: ИООО «Право и экономика», 2005. – 112 с.

УДК 658:330.322

ОПТИМИЗАЦИЯ СРОКОВ И ОБЪЕМОВ КРЕДИТОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ ОРГАНИЗАЦИЙ

Т.Б. Савицкая, Е.Ю. Вардомацкая, В.А. Курч

УО «Витебский государственный технологический университет»

Сложившаяся на сегодняшний момент экономическая ситуация создает благоприятные предпосылки для развития отечественной промышленности. Здесь можно отметить и развивающуюся тенденцию импортозамещения, и повышение платежеспособного спроса на товары, что в целом выражается в росте темпов промышленного производства.

В большинстве случаев потенциал, который используется сейчас для увеличения объемов производства, заложен в дополнительной загрузке ранее не использовавшихся производственных мощностей. Однако этот потенциал исчерпаем, особенно в ситуации, когда значительная часть основных средств изношена. Кроме того, старое оборудование не позволяет обеспечить высокое качество выпускаемых изделий. Несомненно, для целей поддержания развития промышленности необходима переориентация производства на выпуск новой, конкурентоспособной продукции, что связано с применением инноваций.

Осуществление подобного рода проектов требует установки дополнительного оборудования и использования новых видов материальных ресурсов, для чего необходимы источники дополнительных финансовых вложений.

Ключевыми вопросами при подготовке инвестиционного проекта для целей реконструкции и модернизации производства являются оптимизация сроков и объемов кредитования. Использование предлагаемого варианта оптимизации позволяет уменьшить время реализации проекта, сократить срок его окупаемости, и, тем самым, сократить необходимое время пользования кредитом. Минимизация сроков пользования кредитом делает последний более доступным для заемщика, позволяет снизить затраты на его обслуживание, в том числе сократить расходы заемщика по выплате процентов по кредиту.

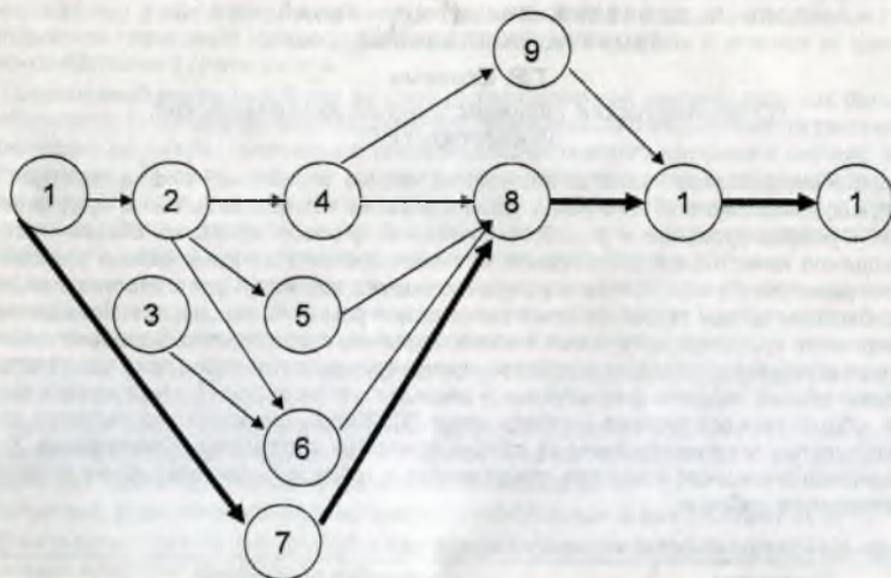


Рисунок – Процесс проведения реконструкции производства и подготовки к началу выпуска новых видов продукции

Для целей моделирования ситуации оптимизации сроков кредитования используем следующие условия. В организации проводится реконструкция и модернизация производства с переходом на выпуск новой продукции. Проведение реконструкции (закупки сырья и оборудования) осуществляется за счет кредитных средств, привлекаемых субъектом хозяйствования. Задача состоит в том, чтобы создать условия, при которых проект окупится в максимально короткие сроки.

С использованием метода ветвей и границ проводится оптимизация времени реконструкции на основе упорядочения этапов выполнения проекта. При этом, используя параллельно-последовательный способ осуществления работ, организация может сократить срок реконструкции производства с 590 дней до 178 дней, т.е. в 3,3 раза. Критический путь представлен этапами: 1-7-8-10-11.

Учитывая заинтересованность организации в уменьшении объемов кредитования, дальнейшая оптимизация проводится с учетом ограничения по финансовым ресурсам.

В ходе выполнения задачи оптимизации рано или поздно наступает момент, когда дальнейшее увеличение объемов кредитования не приводит к существенному уменьшению сроков реконструкции производства. Поэтому, необходимо помнить, что не всегда факторы времени и дополнительных денежных средств находятся в обратной зависимости.