

инфицигом прозрачности финансово-хозяйственной деятельности у целого ряда его участников.

Для исправления сложившейся ситуации лучшим средством может быть создание собственного корпоративного сайта в Интернет. Информация, размещенная на корпоративном сайте (о профиле компании, особенностях бизнеса, услугах, проектах, партнерах, пресс-релизах и т.п.), способна работать на формирование имиджа и репутации.

Однако с точки зрения качества бизнеса, более эффективным инструментом воздействия на целевую аудиторию Интернет все же является не корпоративный сайт, а крупный отраслевой портал. Возможности такого общерыночного ресурса, помимо его информационной емкости, значительно шире, нежели у корпоративной странички.

Сетевые возможности портала позволяют учитывать и специфику ведения белорусского фармацевтического бизнеса.

Кроме этого, создание портала позволит:

- расширить коммуникационные каналы для налаживания оптимального информационного обмена между участниками фармацевтического рынка;
- осуществлять продвижение образовательных программ и проведение дистанционных тренинговых семинаров для специалистов по всем сегментам фармацевтического рынка;
- выходить на смежные рынки, например, представителей рынка медицинской техники;
- размещать на портале электронные версии книг и периодических изданий, распространять подписку .

Отсутствие в нашей стране единой информационной базы, где собирались бы воедино сведения о производстве и импорте медпрепаратов, их реализации через аптечную сеть, не позволяет дать точную оценку емкости белорусского рынка лекарственных средств.

Эффективность управления в лесопромышленном комплексе Республики Беларусь

Т.В. Каштелян

Белорусский государственный технологический университет

В контексте проблем управления предприятиями лесного комплекса рассматриваются различные аспекты: технические, организационные, мотивационные и др. В последнее время большое внимание уделяется корпоративному и государственному управлению. На этом фоне складывается понимание того, что для повышения эффективности, конкурентоспособности продукции лесного сектора необходимы новые структуры (например, холдинг), высокий уровень организационной культуры, обоснованные управленческие решения и т.д. Однако недостаточное внима-

ние уделяется формированию благоприятных условий для возникновения прогрессивных структур, применению экономических рычагов и методов, способствующих эффективному управлению.

Следуя обозначенным С.А. Ждановым в механизме функционирования предприятий неуправляемым и управляемым параметрам, можно выделить, по крайней мере, две группы элементов, регулирующих хозяйственную деятельность. К первой группе относятся внешние факторы, такие как изменение потребительского спроса на продукцию, в процессе восполнения ресурсов (например, энергетических, сырьевых), налоговой политики государства и др. Ко второй группе – возможности, которые реализуются под непосредственным воздействием со стороны руководства предприятия, например, выбирается ассортимент продукции, определяются цены и т.д. Справедливо отмечено то, что государственные и корпоративные рычаги управления (внешние для предприятий) должны учитывать внутренние факторы развития производства и обмена на рыночной основе. Применительно к большинству предприятий лесопромышленного комплекса, эти требования игнорируются. Вопреки рыночным условиям, главным признаком которых является возможность проводить «гибкую» ценовую политику, ОАО «Лунинецлес», например, в 2002г. пришлось 12 раз дожидаться приказов концерна «Беллесбумпром» о возможности повышения цен, так как темпы роста затрат в стоимостном выражении значительно превышали предельные индексы роста цен.

Одним из критериев оценки эффективности управления является соотношение результатов и затрат. Исследованы были предприятия лесопромышленного концерна, рентабельность производства которых в 2002г. по лесозаготовителям не превышала 1,6%, по деревообрабатывающей, мебельной и прочей промышленности – 12%. Анализ показал, что в период с 2002г. по 2003г. значительно снизилась рентабельность производства: если по лесозаготовкам за три квартала 2002г. она составляла – 18%, то за аналогичный период 2003г. – -19,6% (в декабре – -23,3%), по предприятиям мебельной, деревообрабатывающей, прочей промышленности снижение произошло с -3,8% до -8%. Кроме того, конкурентоспособность продукции, объединяющая в себе формально-статистические критерии и «системные цели», является важной характеристикой управления. В лесопромышленном концерне, хотя и увеличились по сравнению с прошлым годом объемы производства целлюлозы, бумаги, картона, освоение выпуска другой конкурентоспособной продукции (например, облагороженных древесных плит) сдерживается по причине отсутствия эффективного механизма хозяйствования, а, следовательно, и управления, на уровнях предприятий, отраслей, регионов, государства.