

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1 Государственный стандарт Республики Беларусь по оценке стоимости гражданских прав СТБ 52.1.01–2011 «Оценка стоимости объектов гражданских прав. Оценка стоимости предприятий (бизнеса)» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.gki.gov.by/ru/info-center-tkp-stb/>. – Дата доступа : 15.09.2016.

2 Государственный стандарт Республики Беларусь по оценке стоимости гражданских прав СТБ 52.6.01–2011 «Оценка стоимости объектов гражданских прав. Оценка стоимости транспортных средств» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.gki.gov.by/ru/info-center-tkp-stb/>. – Дата доступа : 15.09.2016.

V. BASHLAKOVA

Gomel State University named after F. Skorina

METHODOLOGICAL ASPECTS OF PROPERTY VALUATION ORGANIZATIONS IN THE PROCESS OF DENATIONALIZATION AND PRIVATIZATION OF STATE PROPERTY

The article describes the current methodological problems of assessing the value of the organization as a property complex, arising in the process of denationalization and privatization of large state-owned infrastructure companies. In particular, consider the possible incorporation of the Belarusian Railway and (or) organizations included in its composition.

Получено 30.09.2016

**ISSN 2225-6741. Рынок транспортных услуг
(проблемы повышения эффективности).
Вып. 9. Гомель, 2016**

УДК 330.33:69.003

Е. В. БОЙКАЧЕВА,

М. А. БОЙКАЧЕВ

Белорусский государственный университет транспорта

БИЗНЕС-ПАРТНЕРСТВО В РЕАЛИЗАЦИИ ИНТЕГРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННО-СТРОИТЕЛЬНЫМ КОМПЛЕКСОМ

Рассмотрены варианты стратегического бизнес-партнерства в инвестиционно-строительной сфере, а также их характерные особенности. Определены условия реализации бизнес-партнерства и решаемые задачи.

Концепция маркетинга взаимодействия (методологический каркас маркетинг-менеджмента) нуждается в адекватных механизмах реализации. Одним из основных механизмов выступает бизнес-партнерство, которое опирается на идею сотрудничества двух или нескольких участников конкретных рыночных процессов. С его помощью можно решить следующие задачи:

- создать условия для беспрепятственного осуществления коммуникативного обмена;

- достичь баланса конкурентных сил, не утрачивая стимулирующей роли конкуренции;

- обеспечить прирост конкурентных преимуществ каждому из участников партнерских отношений;

- мобилизовать внутренний потенциал организаций для реализации собственных производственно-рыночных целей;

- обеспечить разделение рисков между участниками партнерских отношений;

- осуществить поиск дополнительных инновационных источников.

Стратегическое партнерство в инвестиционно-строительной сфере может охватывать два вида взаимоотношений:

- между организациями-инвесторами, застройщиками, генподрядными и субподрядными организациями, которые осуществляют аналогичную или схожую деятельность. В этом случае речь идет о «превращении» конкурентов в партнеров;

- между организациями, объединенными производственно-строительной цепочкой (например, между инвесторами и застройщиками, генподрядными и субподрядными организациями).

Движущей силой стратегического бизнес-партнерства является сбалансированность в области управления, организации и осуществления инвестиционно-строительного бизнеса, а также научно обоснованная логика стратегий овладения строительным рынком. Они замещают принцип самосовершенствования каждого из партнеров. Партнерство требует, чтобы каждый из его участников учитывал интересы другого, планируя свое развитие в перспективном периоде.

Для реализации бизнес-партнерства необходимы следующие условия. Во-первых – информационный обмен, так как руководители организаций должны быть полностью осведомлены о логике производственно-хозяйственной деятельности и логике самого партнерства. Во-вторых, нужны дополнительные инвестиции на проведение всего комплекса организационно-экономических мероприятий по созданию партнерства. В-третьих, необходимо использование управленческих приемов, соответствующих концепции взаимодействия. Главным из таких приемов является интерактивность, направленная на максимизацию взаимных выгод. Наконец, в-четвертых, крайне необходима инновационная активность субъектов инвестиционно-строительного комплекса (ИСК), при-

нимающих участие в бизнес-партнерстве, а значит и развитие предпринимательства с его высокими инновационными стимулами. На рисунке 1 приведена модель бизнес-партнерства субъектов инвестиционно-строительной сферы, соответствующая этим условиям.

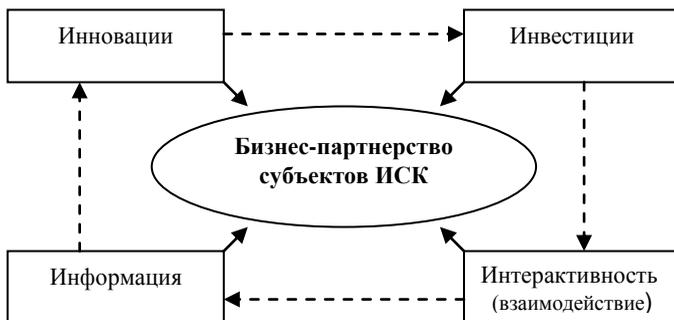


Рисунок 1 – Модель бизнес-партнерства в инвестиционно-строительном комплексе

Рассматривая маркетинг-менеджмент как элемент интегративного управления, можно выделить еще несколько видов партнерств, охватывающих межотраслевые и межрегиональные взаимодействия. В их числе ряд сетевых образований, сформированных по типу таких структур (широко известных в международной практике), как бизнес-центры, бизнес-инкубаторы, технопарки.

Бизнес-центр – это, как правило, негосударственная организация, функционирующая на принципах предпринимательства, созданная при поддержке региональных органов управления (в ряде случаев межрегиональных), и иностранная организация с целью поддержки предпринимательской деятельности на региональном (межрегиональном) уровне.

В деятельности бизнес-центров выделяются несколько направлений, по которым реализуются их функции, основное из них – координационное (рисунок 2). В его рамках осуществляется координация деятельности всех структурных звеньев бизнес-центра.

Организационное направление охватывает ряд общих вопросов, связанных с региональной политикой.

Образовательное направление курирует вопросы активного обучения и переподготовки специалистов преимущественно с целью распространения знаний в области экономики, менеджмента, маркетинга. Оно включает в себя внедрение комплекса обучающих программ, с помощью которых инициируются знания, умения, практические навыки, необходимые для реальной предпринимательской деятельности.

В рамках информационного направления оказывается информационная поддержка предпринимателей. В подсистему информационного обеспечения может входить обеспечение юридическими услугами.

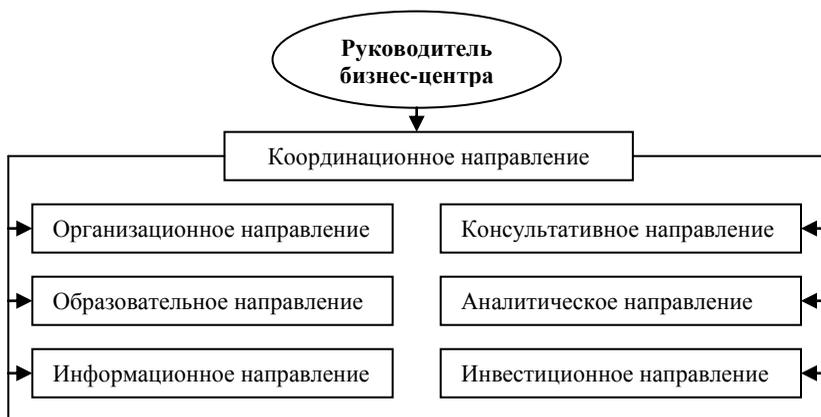


Рисунок 2 – Функциональная структура бизнес-центра

Консультативное направление предполагает возможность предоставления разного рода консультаций специалистами различного профиля, поддержку предпринимательства.

Аналитическое направление охватывает систему функций, связанных с организацией и проведением маркетинговых исследований различного масштаба, а также с совокупностью аналитических процедур по проблемам развития рынков товаров и услуг. Это направление формируется на основе широкой дифференциации аналитической деятельности и ее видоизменения под воздействием новых перспектив в развитии предпринимательства.

В рамках инвестиционного направления предоставляется помощь в поиске и получении инвестиций. С этой целью осуществляется:

- создание банка данных потенциальных инвесторов;
- разработка инвестиционных проектов;
- налаживание коммуникаций с потенциальными инвесторами.

Бизнес-центры исходя из мировой практики ориентируются прежде всего на проблемы малого предпринимательства, всегда функционирующего в сложных условиях. Поэтому есть смысл использовать их опыт в области капитального строительства, которое зачастую сталкивается с усложненной рыночной ситуацией, и внедрять в качестве одной из форм бизнес-партнерства социализированные бизнес-центры ИСК.

Особенностями таких бизнес-центров являются:

- присутствие связей только с представителями малого предпринимательства и включение в круг рассматриваемых проблем необходимость поддержки среднего и крупного строительного бизнеса;
- создание партнерских отношений между малыми, средними и крупными организациями, входящими в ИСК, что позволяет обеспечить комплексность и непрерывность инвестиционно-строительной деятельности;

– усиление инвестиционной составляющей среди направлений деятельности бизнес-центров, которое соответствует принципам интеграции, свойственным ИСК, что собственно и отличает его от других производственных сфер.

Направления деятельности бизнес-центров ИСК могут дифференцироваться в зависимости от их состава и конкретных условий функционирования. Применительно к бизнес-партнерству между малыми строительными организациями они, в общем, не отличаются от изложенных выше (применяемых в международной практике). Что касается средних и крупных строительных организаций, то в партнерских отношениях между ними (устанавливаемых усилиями бизнес-центров) возрастает значение межрегиональных и межотраслевых связей, а это соответствует идеологии интегративного управления.

Другой формой бизнес-партнерства являются бизнес-инкубаторы. Так же как и бизнес-центры, они, как правило, ориентируются на представителей малого предпринимательства.

Бизнес-инкубаторы являются одной из перспективных форм поддержки предпринимательства в регионах. Важной задачей при их организации служит создание действующей сети из организаций, учреждений и субъектов хозяйствования разных форм собственности, которые могут влиять на процессы регионального развития. Причем объединение может происходить разными методами: от долевого участия при создании бизнес-инкубатора как юридического лица до участия в консультационном совете или сотрудничестве на договорных основах.

Еще одной формой бизнес-партнерства в инновационной сфере является создание технопарков. За рубежом накоплен немалый опыт в области их организации и успешного функционирования. В нашей стране, где этот опыт пока практически отсутствует, ИСК может быть использован как «испытательный полигон» для функционирования технологических парков. Так как основным направлением деятельности технопарков служит научное, научно-исследовательское, научно-техническое и технологическое сотрудничество, они могут взять на себя функции агрегирования и координации всей деятельности по развитию НТП в строительстве на региональном уровне. ИСК как региональная структура может включить такие технопарки в свой состав, а в условиях развитого рынка, когда функции научного обеспечения (в широком смысле этого слова) капитального строительства станут доминирующими, ИСК может принять форму эффективно функционирующего технологического парка, ориентированного на решение инвестиционно-строительных проблем.

Обобщая изложенное, следует подчеркнуть, что предлагаемые формы бизнес-партнерства и методы их организации необходимо рассматривать как важнейшую составляющую процесса реализации интегративного управления ИСК и принципов маркетинг-менеджмента, использующего коммуникативный подход.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Акулич, И. Л. Маркетинг : учеб. / И. Л. Акулич. – 3-е изд. – Минск : Выш. шк., 2004. – 453 с.
- 2 Амблер, Т. Практический маркетинг : учеб. / Т. Амблер ; пер. с англ. под общ. ред. Ю. Н. Капгуревского. – СПб. : Питер, 2003 – 400 с.
- 3 Интегративное управление в инвестиционно-строительной сфере / А. Н. Асаул [и др.] ; под ред. д-ра экон. наук, проф. А. Н. Асаула. – СПб. : Гуманистика, 2007. – 248 с.
- 4 Асаул, А. Н. Бизнес-партнерство в реализации интегративного управления инвестиционно-строительным комплексом / А. Н. Асаул, В. П. Грахов // Вестник гражданских инженеров. – 2005. – № 4(5).

E. BOYKACHEVA

M. BOYKACHEV

Belarusian State University of Transport

BUSINESS PARTNERSHIP IS IMPLEMENTATION OF INTEGRATIVE MANAGEMENT OF INVESTMENT-BUILDING COMPLEX

Variants of a strategic business partnership in the sphere of investment and construction, as well as their characterizing features. Tions defined conditions, the implementation of business partnerships and solve problems.

Получено 18.10.2016

**ISSN 2225-6741. Рынок транспортных услуг
(проблемы повышения эффективности).
Вып. 9. Гомель, 2016**

УДК 339.5

С. П. ВАКУЛЕНКО, канд. техн. наук, профессор

П. В. КУРЕНКОВ, д-р экон. наук, профессор

А. А. КОТЛЯРЕНКО

*ФГБОУ ВО «Московский государственный университет путей сообщения»
(МИИТ) Императора Николая I*

ПРОБЛЕМА ВЫБОРА СХЕМ ВНЕШНЕТОРГОВЫХ ПОСТАВОК

Рассмотрена проблема выбора схем внешнеторговых поставок. Представлены возможные схемы взаимодействия между субъектами рынка транспортных услуг и различными видами транспорта при внешнеторговых перевозках в смешанных сообщениях. Рекомендовано при выборе маршрута следования транспортных и грузовых потоков учитывать все виды взаимодействия и координации деятельности субъектов рынка транспортных услуг.