

ОПЫТ ПРЕОБРАЗОВАНИЙ СОБСТВЕННОСТИ В СТРАНАХ ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ / ПОЛЬСКИЙ ВАРИАНТ /

Польский процесс преобразований собственности состоит из четырех качественно различных элементов. Это приватизация, реприватизация, передача государственного имущества в руки местного самоуправления /коммунализация/ и создание условий для успешной деятельности частных фирм. Термин "приватизация" касается только передачи госкомимущества в частные руки. Реприватизация - это возврат ранее конфискованного имущества его законным владельцам. Подготовительная реструктуризация предшествует приватизации. Её целью является улучшение качества хозяйствования, а также повышение стоимости предприятия.

Центральное место в системе преобразований собственности в Польше принадлежит фондовой /косв./ приватизации, когда госсобственность преобразуется в собственность Государственной казны или коммерциализируется. Последняя заключается в замене структуры органов государственных предприятий корпоративной структурой: министерств - общим собранием акционеров - трудового совета - наблюдательным советом, а дирекцию предприятия - правлением.

УДК 658

Доц. Бочко И.Ю.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ РБ

Проблемы экономической стабилизации и подъема общественного производства заключается в активизации инвестиционной деятельности, придании ей характера инвестиционного бума, решающего задачи технического обновления действующего производства и дезэскалации материальных затрат. Одновременно потребуются решение задачи по обеспечению предприятий необходимыми материальными и энергетическими ресурсами, переориентации отечественного производства на местные сырьевые ресурсы, по снижению зависимости от импортных поставок сырья.

Перечисленные задачи требуют всеобъемлющей реконструкции отраслей народного хозяйства, его структурно - технологической перестройки с целью создания конкурентоспособного производства, вывода его на мировой уровень издержек и качества выпускаемой продукции. Структурно-технологическая перестройка должна совершаться в первую очередь в недрах самого действующего производства; предприятия - гиганты расчленяться на отдельные самостоятельные участки, обрастать малыми и совместными предприятиями.

УДК 658.5

Доц. Тарасевич С.Б.

ЭТАПЫ РАЗРАБОТКИ МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНА ФИРМЫ

В условиях перехода к рыночной экономике нужно уметь анализировать уже накопленный в развитых странах, опыт. Маркетинговое планирование на уровне предприятия включает в себя несколько составляющих этапов. Первый этап сводится к определению общей цели поведения фирмы на определённую временную перспективу. Она формируется на основе прошлого опыта и новой информации. Второй этап представляет собой определение размера доступных ресурсов и оценку рыночных возможностей, связанных с внешней маркетинговой средой. Важнейшим инструментом этого этапа планирования является так называемый "СВОТ - анализ", когда сравниваются внутренние достоинства фирмы в конкретной ситуации со слабыми местами в её деятельности. На основе данных