

## ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ЛИЗИНГА И ВОЗМОЖНОСТЬ ОСВОЕНИЯ ЛИЗИНГОВЫХ ОТНОШЕНИЙ В МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ОТРАСЛЯХ СССР

В экономически развитых странах лизинг представляет собой одну из основных форм приобретения и обновления основных средств производства, сбыта продукции, финансирования вложений на создание новой техники. К началу 90-х годов доля лизинга в новых инвестициях превалировала в Японии 10 %, в ФРГ - 20 %, в США - 35 % от общего объема капиталовложений. Особенно велика роль лизинговых операций в обрабатывающих отраслях. В развитых капиталистических странах от 1/4 до 1/2 всех сделок по поставкам машин и оборудования осуществляется на принципах лизинга.

Лизинг является необходимым элементом восстанавливаемой в нашей стране экономики, ориентированной на рынок. В этом плане важно изучение опыта социалистических стран, а также совместных предприятий, практикующих лизинговые операции. Без налаживания эффективной аренды средств производства невозможно удовлетворительно задействовать огромный парк малозагруженного и неиспользуемого оборудования, накопленного в машиностроительном комплексе, проводить техническое перевооружение предприятий, закупать и реализовывать на внешнем рынке технику и технологию.

В качестве первого этапа внедрения лизинга в СССР предлагается развитие оперативного регионального и отраслевого лизинга путем организации информационно-посреднических фирм, постепенного привлечения к лизинговой деятельности банковского капитала /для операций на внутреннем рынке/ и зарубежных компаний /для внешне-торговых операций/.

П.Г.Перерва

## МАРКЕТИНГ В РАБОТЕ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Маркетинг в практике работы машиностроительных предприятий не следует понимать как подмену плановых начал управленческой деятельности. Это совокупность методов и средств /планирование номенклатуры и ассортимента продукции, изучение потребностей и спроса, продвижение товаров на рынок, включая послепродажное обслуживание, исследование возможностей выхода на внешний рынок, оценка конкурентоспособности изделий/, обеспечивающих обоснованность пла-

новых заданий и средство эффективной их реализации. Кроме того, маркетинг позволяет решить еще одну важную задачу - обеспечить хозяйственные принципы функционирования машиностроительных предприятий, так как должен охватывать все сферы их деятельности: научно-исследовательскую, производственную, сбытовую, финансовую и др. Таким образом, маркетинг можно понимать как осуществление деловой деятельности предприятия, которая направляет поток продукции от производителя к потребителю или к другому изготовителю в целях выполнения плановых заданий изготовителя и удовлетворение потребностей потребителя.

С.С.Гвоздев, Р.В.Фещур, М.А.Павлягин

### ИНТЕНСИФИКАЦИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА И УДОВЛЕТВОРЕНИЕ СПРОСА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Для обеспечения согласованности принимаемых плановых решений требуется разработка более совершенной методики планирования, рассматривающей процессы планирования поставок, производства и отгрузки продукции как единый и взаимосвязанный процесс, качество которого определяется степенью удовлетворения спроса потребителей.

Спрос понимается как система условий, выраженных потребителем относительно ассортимента продукции, качества, количества, сроков и условий поставки изделий. Учет спроса на различных этапах планирования имеет свои особенности. Сложность производственных и сбытовых процессов порождает необходимость построения эффективной технологии их решения в человеко-машинном режиме, то есть построения имитационной системы, процедура принятия решения в которой осуществляется поэтапно. На этапе согласованности условий плановой задачи последовательно определяются и варьируются первичные /объемно-ресурсные/ и производственные /планово-целевые/ неувязки. Оптимизационный анализ может осуществляться в диалоговом режиме на основе упрощенных моделей путем целенаправленного изменения области допустимых решений или с помощью формальных методов штрафных функций, целевого программирования.

Согласованность условий и определенность критериев, отражающих целевые установки, позволяют перейти к этапу нахождения субоптимальных решений. Анализ их удовлетворительности /постоптимизационный параметрический анализ/ дает возможность сделать заключение относительно целесообразности перехода к следующему этапу.