ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЭКСПЛУАТАЦИИ СИСТЕМ ВОДОСНАБЖЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК

Гуринович А.Д., д.т.н., профессор, Хмель Е.В.
Белорусский национальный технический университет, г.Минск

В настоящее время вопросам эксплуатации сельскохозяйственных систем водоснабжения не уделяется должного внимания, что обусловлено отсутствием у предприятий АПК денежных средств, высококвалифицированных работников и анализа затрат на водоснабжение.

В 30-е годы для обеспечения эксплуатации сельскохозяйственных систем водоснабжения функционировал Трест «Промбурвод», имевший в каждой области специализированное строительно-монтажное управление, осуществляющее работы по устройству и техническому обслуживанию локальных систем водоснабжения колхозов, совхозов и предприятий Министерства сельского хозяйства БССР.

Сельскохозяйственные предприятия, также участвовали в эксплуатации систем водоснабжения: бригады по трудоемким процессам под руководством главного энергетика выполняли осмотры и работы, не требующие привлечения специальной техники, машин, механизмов и специалистов.

С распадом СССР сформированная за предыдущие периоды система организации эксплуатации сельскохозяйственных систем водоснабжения была разрушена и предприятия АПК были вынуждены собственными силами выполнять все работы по эксплуатации, поскольку не хватала средств на привлечение специализированных предприятий.

Падение объемов работ по эксплуатации элементов систем водоснабжения негативно отразилось на состоянии Треста «Промбурвод» у которого к 2004 году из 80 бригад осталось только 25, а износ активной части основных производственных фондов стал свыше 90%.

Для улучшения условий проживания на селе, уменьшения уровня заболеваемости сельского населения и снижения нагрузки с предприятий АПК в 1998 году была разработана «Республиканская программа первоочередных мер по улучшению снабжения населения питьевой водой» в соответствии с которой эксплуатация систем водоснабжения сельских населенных пунктов стала осуществляться районными и областными ЖКХ (ВКХ). Позже данная программа было преобразована в постоянно действующую Государственную программу водоснабжения и водоотведения «Чистая вода», цели которой регулярно пересматриваются.

В 2003 году для решения проблем сельскохозяйственного водоснабжения был издан Указа Президента Республики Беларусь №40 "О совершенствовании управления организациями агропромышленного комплекса". В соответствии, с которым было решено создать Республиканское объединение "Белагросервис" для осуществления мер, направленных на проведение единой государственной политики в области энергетики, электрификации, агрохимического обслуживания и водоснабжения организаций сельского хозяйства, обеспечение ремонта, сервисного обслуживания, изготовления сельскохозяйственной и другой техники, энергетического и технологического оборудования.

Для полного удовлетворения потребности сельского населения и сельскохозяйственных предприятий в качественной питьевой воде за счет реконструкции и развития систем центрального и локального водоснабжения была разработана «Государственная программа возрождения и развития села на 2005 – 2010 годы».

Однако, несмотря на разработку государственных программ и указов, сектор сельскохозяйственного водоснабжения по-прежнему находится в критическом состоянии и характеризуется проблемами организационного, социального, санитарно-экологического, экономического и технического характера рис. 1.

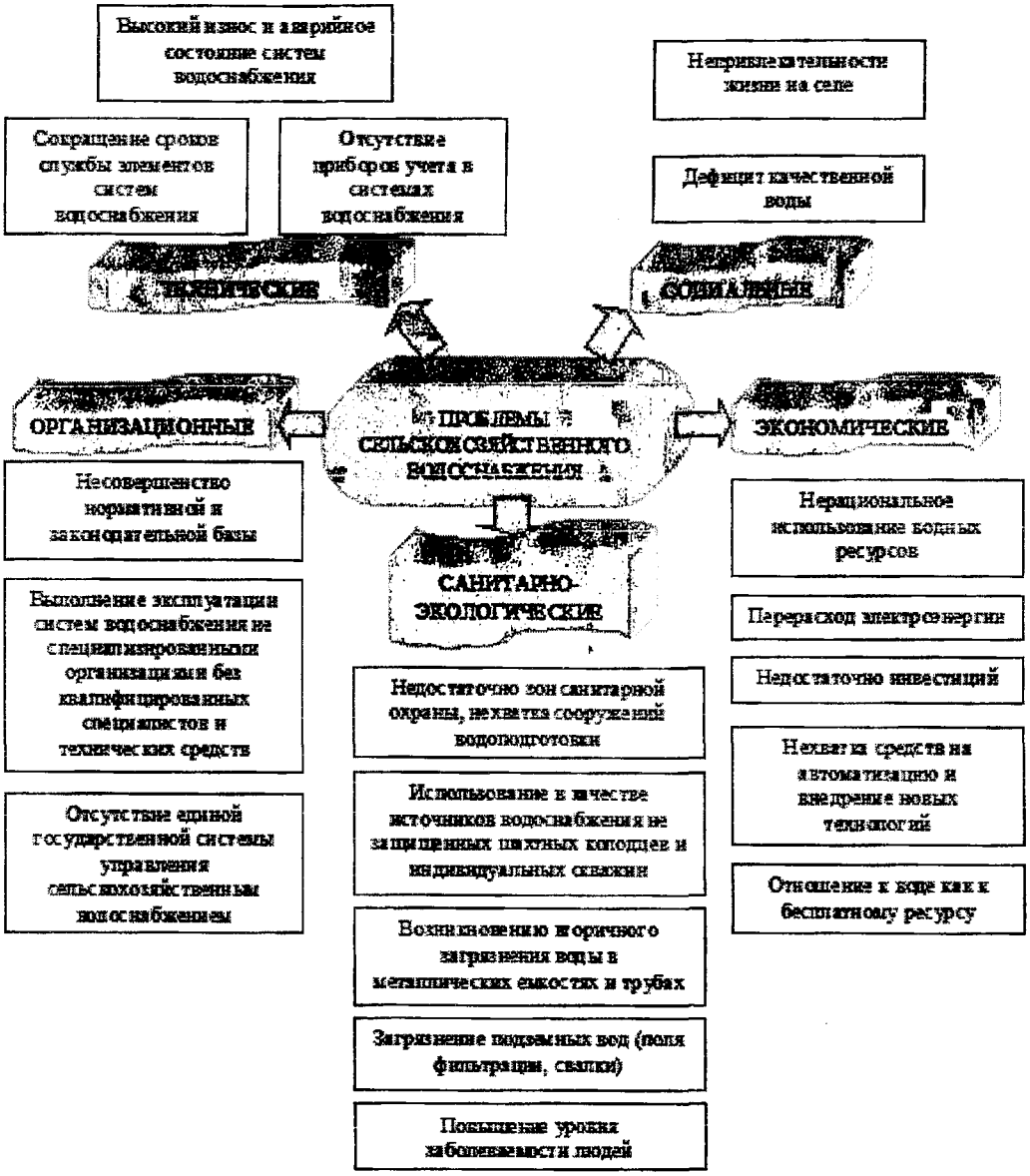

Рисунок 1. – Основные проблемы сельскохозяйственного водоснабжения в Республике

Устранить проблемы сельскохозяйственного водоснабжения можно только совместными усилиями государства и предприятий АПК. Пока собственники систем водоснабжения не поймут, что вода это не бесплатный ресурс и оптимальная эксплуатация систем водоснабжения это залог производства качественной сельскохозяйственной продукции с минимальными затратами, проблемы водоснабжения останутся нерешенными.

Водоснабжения является вспомогательным производством, поэтому предприятия АПК не занимаются детальным анализом затрат на водоснабжение и изучением задач эксплуатации для определения наилучшего способа их выполнения.

Если грамотно решать организационные вопросы и проводить регулярно детальный анализ затрат на водоснабжение, то можно приобрести рычаг для управления качества и стоимости производимой продукции.

Все задачи эксплуатации можно представить в виде трех взаимосвязанных блоков: менеджмента, технического, информационного рис.2.

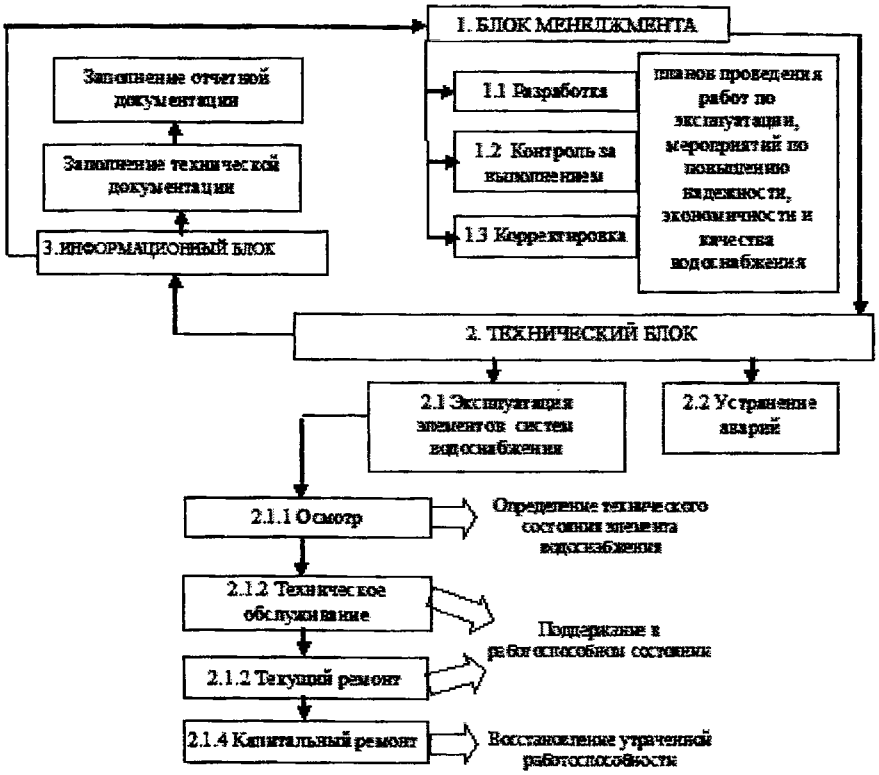

Рисунок 2. Задачи эксплуатации систем водоснабжения [разработка автора]

Блок менеджмента необходим для организации эксплуатации систем водоснабжения, то есть для определения перечня, объемов работ и возможных исполнителей.

Перечень работ для каждого элемента водоснабжения должен определяться индивидуально исходя из условий эксплуатации и технический характеристик элемента.

Работы по эксплуатации элементов системы водоснабжения и устранению аварий собственники систем водоснабжения могут осуществлять самостоятельно или делегировать специализированными предприятиями. В качестве таких предприятий могут быть ОАО «Промбурвод», областные и районные ЖКХ (ВКХ) и иные частные предприятия, специализирующиеся на выполнении работ по эксплуатации элементов систем водоснабжения. Основным критерием для выбора исполнителя должны стать стоимость и качество выполнения работ.

Технический блок заключается в непосредственном выполнении работ по обслуживанию элементов водоснабжения определенных блоком менеджмента и устранении аварий.

Информационный блок служит для сбора информации о состоянии элементов систем водоснабжения, на основании которой осуществляется разработка и корректировка планов проведения работ по эксплуатации, мероприятий по повышению надежности, экономичности и качества водоснабжения.

Только комплексный подход включающий в себя анализ задач эксплуатации, расчет стоимости работ выполняемых силами предприятия АПК для сравнения с расценками специализированных предприятий и анализ затрат на водоснабжение позволит оптимизировать эксплуатацию систем водоснабжения предприятий АПК.

Литература

1. Надеждин, В. Возвращение к чистым истокам / В. Надеждин // Директор журнал для руководителей [Электронный ресурс]. – сентябрь, 2005.– Режим доступа: http://www.economy-law.com/cgi-bin/article.cgi?date=2005/09/30&name=08 – Дата доступа: 6.10.2010

2. О Республиканской программе первоочередных мер по улучшению снабжения населения питьевой водой: Постановление Совета Министров Республики Беларусь [Электронный ресурс] .– Режим доступа: http://www.kaznachey.com/doc/6mIhpExvyh4/ – Дата доступа: 6.10.2010
3. О совершенствовании управления организациями агропромышленного комплекса: Указ Президента Республики Беларусь №40 от 27 января 2003 года [Электронный ресурс].– Режим доступа http://pravo.kulichki.com/zak2007/bz22/dcm22401.htm– Дата доступа: 6.10.2010
4. О Государственной программе возрождения и развития села на 2005 - 2010 год: *Указ Президента Респ. Беларусь, 25 марта 2005 г. № 150 //* Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. . – 2005. – № 52. – 1/6339
5. Приказ Министерства жилищно-коммунального хозяйства Республики Беларусь от 06.04.1994 N 23 "О Правилах технической эксплуатации систем водоснабжения и водоотведения населенных мест" // [Электронный ресурс] .– Режим доступа http://www.pravoby.info/docum09/part34/akt34511/index.htm Дата доступа: 6.10.2010

БРЕНД - ИНСТРУМЕНТ ЭФФЕКТИВНОГО МАРКЕТИНГОВОГО РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК

Павловская О.В., Соколовская Е.В.
УО «Барановичский государственный университет», г. Барановичи

Изменение цен на энергоносители и нарастание кризисных явлений в соседних странах привело к сокращению валютных поступлений в Беларусь. Для решения этой проблемы необходимо повышать конкурентоспособность отечественных товаров.

В Беларуси существуют много предприятий АПК, выпускающих сравнительно однородную продукцию под собственной маркой. Одним из способов повышения их конкурентоспособности является привнесение эмоциональных преимуществ в коммуникацию с потребителем, что наилучшим образом достигается при помощи брендинга.

В современных условиях хозяйствования предприятия АПК, стремящиеся выйти на рынок и занять на нем прочные позиции, все чаще используют принципиально новые средства конкурентной борьбы. Одним из таких средств является брендинг, то есть процесс создания брендов. Необходимо отметить, что многие вопросы в этой сфере остаются неизученными и требуют детального рассмотрения, поэтому данная тема вызывает не только теоретический, но и практический интерес.

За, практически, двадцать лет деятельности в условиях рыночной экономики белорусским предприятиям удалось перенять многочисленный опыт в области маркетинговой деятельности, исследования потребителей, рекламных и PR-программ, однако, брендинговая деятельность, являющая составляющей этих направлений, до сих пор порождает огромное количество вопросов. Вывод на рынок новых товаров – потенциальных брендов связан с финансовыми, временными, интеллектуальными и иными издержками, поэтому процесс создания и продвижения на рынок бренда должен строго контролироваться со стороны бренд-мейкеров либо организационных структур, отвечающих за это направление.

Оперативное регулирование на изменения рынка позволит динамично продвигать бренд на различные сегменты потребительского рынка. Основная роль маркетин-