

ных участках могут появиться заказы на новые услуги: садовые домики, беседки и т.д. эконом-класса.

Разработка собственных сайтов, с функцией «on-line»- общение с клиентом, установят длительную устойчивую связь с заказчиками предприятий ЛПК, что позволит в короткие сроки реагировать на возможные изменения со стороны клиентов, а также своевременно оповещать о новинках продукции и услуг.

У предприятий ЛПК есть возможность выиграть в конкурентной борьбе за счет того, что применение древесины всегда ценилось, а в последнее время клиенты все больше ориентируются на экологичность, безопасность материалов, и продукция из дерева гарантирует это.

ЛПК в настоящее время, несомненно, нуждается в государственной поддержке, субсидиях, кредитах, но в то же время руководителям необходимо осознавать, что упомянутая помощь с большим успехом будет предоставлена предприятиям не на «латание дыр», а на внедрение инновационных продуктов, технологий, уникальных услуг в данной сфере. Подобные резервы может предоставить сотрудничество ЛПК, государства и учебных заведений.

Библиографический список

1. Стандарт EN ISO 9001:2008 Системы менеджмента качества – требования.
2. Управление качеством. Сказки, мифы и проза жизни. В. Елиферов // Вершина – Москва, 2006.

Джанунц Ю.А. (УГЛТУ, г. Екатеринбург, РФ) yurarezh@mail.ru

ИНТЕРАКТИВНАЯ КАРТА ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В ЛЕСОПРОМЫШЛЕННОМ КОМПЛЕКСЕ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

INTERACTIVE MAP OF INVESTMENT PROJECTS IN TIMBER INDUSTRY IN SVERDLOVSK'S REGION

XXI век – это век, когда для бизнеса стираются границы, что открывает большие возможности, а так же предъявляет жесткие требования. Условия современной экономической ситуации, которые характеризуются увеличением мобильности капитала. Увеличение конкуренции за средства инвесторов в условиях ограниченности инвестиционных проектов, выдвигает на первый план проблему привлечения инвестиций субъектами лесного хозяйства в области.

Сегодня трудно представить успешное привлечение инвестирования в бизнес и дальнейшее его развитие без опоры на информационные технологии (далее ИТ). У ИТ индустрии существует множество решений. Одним из них являются сервисы, основанные на интерактивности и динамическом обновлении информации. Одним из таких является Интерактивная карта (далее просто Сервис).

Сервис может выступать основой для построения стратегических задач развития лесопромышленного комплекса (далее ЛПК) Свердловской области. Современные ре-

шения ИТ индустрии позволяют не только учитывать первоочередные факторы (наличие запасов лесных ресурсов, обеспеченность трудовыми ресурсами, наличие уже существующих в области лесопильно-деревообрабатывающих предприятий и т.д.), но и на основе этих данных анализировать о целесообразности размещения того или иного объекта ЛПК. Это поможет инвесторам принимать ключевые решения, получать своевременную информацию и оперативно осуществлять сделки.

Главными участниками пользования Сервиса могут быть Правительственные структуры, в частности Министерство промышленности и науки Свердловской области, инвесторы и собственники предприятий/проектов.

Государственные структуры, взаимодействуя с администрацией муниципальных образований, могут размещать в Сервисе подготовленные площадки, непосредственно предназначенные для строительства на них промышленных объектов. Так же привлекательность для Правительства области заключается в том, что можно размещать уже успешно реализованные за прошлые периоды проекты. Что в свою очередь будет располагать инвесторов к области. Хронологическое представление введенных в эксплуатацию проектов может наглядно показать динамику развития и модернизацию предприятий в ЛПК.

Для организаций инициаторов или продавцов проектов и промышленных объектов данный Сервис позволяет найти инвестора как внутри региона или страны, так и за пределами России. Сервис позволяет показать экономическую оценку инвестиционной привлекательности путем предоставления информации об объекте.

На данный момент в Свердловской области отсутствует такой сервис.

Задача ставилась разработать Сервис таким образом, чтобы он был доступен широкому кругу зрителей. Учитывая масштабную распространенность сети Интернет, целесообразно было создать его в виде Web-страницы. Такое решение позволяет иметь круглосуточный доступ к предоставляемой информации из любой точки Земного шара. Но так как в первую очередь Сервис предназначен для российских пользователей Интернет, необходимо было учитывать качество и скорость Интернет соединения. Технически страница реализована с помощью HTML кода. Разработка Сервиса на его основе делает техническую составляющую бесплатной.

За основу берется растровое изображение карты Свердловской области с административно-территориальным делением и нанесенными названиями муниципальных образований, населенных пунктов, которые в свою очередь являются ключевыми ссылками для последующего перехода на страницу с обзором краткой характеристики объекта или проекта, который находится или должен разместиться в данном населенном пункте. Характеристика включает в себя ключевые моменты проекта/объекта (наименование проекта, параметры проекта, наличие инфраструктуры и т.д.). Так же она может сопровождаться графической информацией, такой как графики, чертежи или фотографии. Акцент делается на информативность и наглядность.

За информационную базу Сервиса были приняты материалы отчетов предприятий об инвестиционных проектах, ходе их реализации, а так же аналитический обзор объектов введенных в эксплуатацию за период 2006-2008 г.г. В дальнейшем, при развитии Сервиса, информацию целенаправленно может предоставлять любой собственник, заинтересованный в продвижении своего проекта или продаже промышленного объекта.

Такие Сервисы активно используются как в нашей стране, так и за её пределами. В основном преобладают коммерческие Сервисы, акцент в которых ставится на показе инвестиционных площадок. Например: www.invest-buryatia.ru, www.investanapa.ru (раздел интерактивная карта).

Подводя итоги, я бы хотел завершить статью выражением - «Владеешь информацией, владеешь миром». Это выражение как никогда актуально сегодня и, наверное, надолго останется основой мировоззрения современного участника экономических отношений.

Зотов Ф.П. (ИКЖ УГЛТУ, г. Екатеринбург, РФ) fzotov@inbox.ru

ДОСТИЖЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ ЦЕЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПОСРЕДСТВОМ ВНЕДРЕНИЯ СОВРЕМЕННЫХ КОНЦЕПЦИЙ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

*ACHIEVEMENT OF THE PLANT STRATEGICAL GOAL BY
MEANS OF MODERN METHODS OF INDUSTRIAL MANAGEMENT*

Свидетельством конкурентоспособности промышленного предприятия на рынке является его способность продуктивно продавать произведенную продукцию. Обозначенная способность есть ни что, как стратегическая цель предприятия в краткосрочном аспекте. Чтобы ответить на вопрос, насколько далеко предприятие находится от цели, его основную деятельность измеряют показателями.

Придерживаясь управленческой концепции [1] введем три показателя, такие как:

1. Выработка (деньги, которые предприятие генерирует посредством продаж произведенной продукции);
2. Запасы (деньги, которые предприятие аккумулирует в приобретение предметов производства);
3. Операционные расходы (деньги, которые предприятие расходует, чтобы превратить запасы в выработку).

Заметим, что все 3 показателя взаимосвязано отслеживают движение всех денег, проходящих по счетам и свидетельствующих о “признаках жизни предприятия”. По показателю 1 отслеживаются прибыли, а по показателям 2 и 3 – инвестиции.

Очевидно, что сокращение массы и периода нахождения инвестиционных денег на предприятии ведет к прибылям, а обратная тенденция - к банкротству. Еще более очевидно, что увеличение прибыльных денег ведет к развитию предприятия.

Установлено, что российское промышленное предприятие, исповедующее привычную (традиционную) организацию производства, движется к своей стратегической цели крайне неэффективно, т.е. крайне медленно “перемещает обозначенные деньги”. Доказательством этого суждения являются решения, которые принимают промышленные управленцы в современных кризисных условиях. Они грозятся остановить производство, выпрашивая “новые” инвестиционные деньги от правительства, банков и пр. Стратегическую цель такого предприятия правильнее характеризовать не как “зарабатывание денег”, а как “выживание”. Достижение стратегической цели оборачивается