

Важно учитывать то, что финансовая модель, как и любая другая, имеет границы применения и не может полностью адекватно отражать моделируемый процесс.

Концептуальная (принципиальная) модель основывается на том, что управление представляет собой циклический процесс, в котором можно выделить следующие этапы: 1) анализ факторов, влияющих на прибыль (по сути это широкоизвестный SWOT-анализ); 2) прогнозирование финансовых параметров (выработка целесообразных со всех точек зрения показателей); 3) планирование действий (бизнес-план); 4) организация и мотивация действий участников коммерческого процесса; 5) изменение фактических финансовых параметров, оценка результатов.

По окончании отчетного периода составляется необходимая финансовая отчетность. Отличившиеся награждаются, провинившиеся наказываются.

И, наконец, еще одна модель, позволяющая на основе информации о структуре предприятия, видах и объемах его промышленной и финансовой деятельности прогнозировать валовые доходы, налоговые платежи и прибыль. Это — амортизационная система управления прибылью. Соответствующее программное обеспечение позволяет коммерческому директору предприятия ежедневно получать прогноз по объемам налоговых отчислений, прибыли на конец отчетного периода и динамически просчитывать возможные результаты своих действий. Данная система предполагает 2 аспекта применения глобальной сети Интернет: 1) рекламный; 2) прикладной (для оказания клиентам услуг).

На данный момент для большинства предприятий нашей республики невозможно применение всех названных моделей. Однако если речь идет лишь об обеспечении безубыточности производства, то такую возможность дает использование параметрической модели, позволяющее “проигрывать” различные ситуации, находить из них лучшие и худшие, заранее подготовиться к последним, что позволяет предприятию избежать убытков и получить максимально возможную прибыль.

О.К. Клименкова
ВГТУ (Витебск)

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА КАК ОСНОВА УСПЕШНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИРМЫ

Конкурентные преимущества предприятий, компаний, фирм разных форм собственности неразрывно связаны с конкуренцией.

Их особенности и механизм формирования являются фундаментальной основой обеспечения конкурентоспособности.

Существует несколько подходов к определению понятия "конкурентное преимущество". Однако все специалисты сходятся во мнении, что конкурентное преимущество является концентрированным проявлением превосходства над конкурентами в различных сферах деятельности предприятия.

Конкурентные преимущества имеют различные формы проявления, которые можно классифицировать по ценности (высшего и низшего порядка), срокам действия (тактические и стратегические), характеру источника появления (экономические, структурные, технические, информационные) и др.

Конкурентное преимущество носит относительный характер, который проявляется в таком его свойстве, как привязанность к конкретным условиям и причинам, т.е. конкурентной среде фирмы.

Анализ конкурентной среды (поставщиков, потребителей, стратегий конкурентов, изменений в законодательстве и др.) и выбор стратегии (превосходство по издержкам, дифференциация, концентрация на сегменте) на основе имеющихся ресурсов фирмы определяют поиск преимуществ. Это составляет основу реализации выбранной стратегии через комплекс маркетинговых процедур для предпочтительного позиционирования предприятия в конкурентной среде.

Наличие комплекса конкурентных преимуществ делает фирму привлекательной для потребителя. Однако когда-то достигнутое преимущество может быть аннулировано ответными действиями конкурентов и другими изменениями внешней среды фирмы.

Для того, чтобы организация оставалась успешной, т.е. могла приносить доходы в будущем, задачей менеджмента должно стать удержание конкурентного преимущества. Это осуществляется путем постоянной адаптации организации к изменениям внешней и внутренней среды посредством инновационной деятельности.

Такая деятельность заключается в различных улучшениях, новшествах и переменах, которые могут проявляться в виде внедрения новых технологий, в новых конструкциях изделий, новых производственных процессах, новом подходе к маркетингу, в новом способе обучения или организации.

Наиболее типичными причинами новаций, дающих конкурентное преимущество фирме, являются: новые технологии; новые или изменившиеся запросы покупателей; появление нового сегмента отрасли; изменение стоимости или наличия компонентов производства; изменение правительственного регулирования.

Таким образом, успех организации в долгосрочной перспективе достигается при наличии у нее конкурентных преимуществ и постоянной, целенаправленной инновационной деятельности. Задача менеджмента — отслеживать и направлять развитие фирмы, не допуская застоя на определенном уровне из-за получения единовременной выгоды.

Такие теоретические посылы подтверждаются практикой. Неустойчивое финансово-экономическое положение многих предприятий (например, ОАО “Красный Октябрь”, ОАО “Знамя индустриализации”, ОАО “Витебчанка”) обусловлено отсутствием четкого представления о своих конкурентных преимуществах и способах их реализации. В то же время другие, выявив свое превосходство, смогли достичь стабильного положения на рынке (например, ОАО “Милавица”, УЧП “Василина”, ЗАО “КиС”).

Практика показывает, что кроме маркетинговой службы, на предприятии для этого должны быть сформированы центры мониторинга внешней среды, стратегического планирования и управления человеческими ресурсами. В совокупности это обеспечит долгосрочный успех предприятия на рынке.

Н.Н. Козлова
ВГТУ (Витебск)

ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ БЕЛАРУСИ

Состояние инновационной деятельности в любом государстве является важнейшим индикатором развития общества и его экономики.

Большинство исследователей этого вопроса (Н.И. Богдан, М.М. Ковалев) отмечают, что мероприятия по улучшению среды инновационной деятельности в возрастающей степени зависят от регионального уровня инновационной политики, который позволяет учесть особенности региона, его силу, слабости и стратегию развития.

Исследование инновационного потенциала регионов Беларуси указывает на то, что только Минск можно отнести к регионам с высоким сводным индексом развития инновационного потенциала и хорошим инвестиционным климатом (1,52). Положение же остальных областей является проблемным (Брестская область — 0,61, Гомельская — 0,84, Витебская — 0,70, Минская — 0,95, Могилевская — 0,76)¹.

¹ Ковалев М., Шашко А. Развитие инновационного потенциала регионов Беларуси // Вестн. Ассоц. банков. 2004. № 38—39.