

3. Барсегова, И. В. Финансовый потенциал для коммерческого сектора [Электронный ресурс] / И. В. Барсегова. – Режим доступа: http://economicarggu.ru/2011_4/index.shtml. – Дата доступа: 25.05.2015.

4. Быков, В. Г. Финансово-экономический потенциал предприятий общегосударственного значения – оценка и управление / В. Г. Быков, Ю. М. Ряснянский // Финансы Украины. – №6. – с.56-61.

5. Валеева, Ю.С., Исаева, Н.С. Диагностика производственно-финансового потенциала промышленного предприятия / Ю.С. Валеева, Н.С. Исаева // Экономический анализ: теория и практика. – 2007. – №1. – С. 38-44.

6. Касьянова, Н. В. Основы развития потенциала предприятий в современных условиях / Н. В. Касьянова // Проблемы повышения эффективности функционирования предприятий различных форм собственности: Сборник научных трудов. – Т.2. – Донецк: ИЭП НАН, 2004.

А.В. Лазарук

*Академия управления при Президенте Республики Беларусь
(Республика Беларусь, Минск)*

ПРОБЛЕМЫ ПРЕДПРИЯТИЙ МАШИНОСТРОЕНИЯ В ОБЛАСТИ ЗАКУПОК

В последние годы в странах СНГ, в том числе и в Республике Беларусь, наблюдается рост фермерских хозяйств, садоводческих кооперативов и приусадебных участков. Это обуславливает потребность в малогабаритных тракторах и приспособлений к ним, поэтому предлагается расширение номенклатуры малогабаритной техники и увеличение ее объемов продаж, особенно на рынке СНГ. Выгодное географическое положение Республики Беларусь позволяет оптимизировать затраты на доставку тракторов в соседние государства. Одним из важных технических преимуществ тракторов «Беларус» является универсальность. Наряду с этим, поскольку цены на новые тракторы многим потребителям являются непосильными (потребность в них удовлетворяется за счет ремонта подержанных, находящихся в эксплуатации тракторов), рекомендуется наращивать объем выпуска запасных частей к тракторам и альтернативной технике.

Естественно, что все это связано с обеспечением предприятия высококачественными комплектующими и материалами. Среди

факторов, влияющих на выбор предприятий, осуществляющих поставки по кооперации, влияют такие как стратегия предприятия, планирование портфеля заказов, особенности менеджмента, квалификация и количество сотрудников, технические и технологические возможности (наличие технологий, агрегатов и оборудования для налаживания производств), готовность к рискам, структура собственного капитала, наличие иностранного финансирования.

Большинство комплектующих изделий производится в Республике Беларусь и в России, а иностранные поставщики выступают в качестве аналогов. Кроме того, снижение доли комплектующих изделий, приобретаемых только по импорту на хомуты, направляющая штока, джойстики, захваты, компрессоры вызвано с проводимой на предприятии политики импортозамещения. Кроме этого, в настоящее время предприятие проводит техническое перевооружение, направленное на закупку и внедрение новых инновационных технологий, значительная часть из которых приобретается по импорту. В 2014 г. объем импорта ОАО «МТЗ» (с учетом оборудования) составил 370,4 млн долл., что на 52,4% больше, чем в 2013 г.

Основные причины применения импортных комплектующих изделий:

- обеспечение требований стандартов (требований потребителя);
- обеспечение технического уровня (конкурентоспособность);
- отсутствие производства в Республике Беларусь.

Концепция производства сложнотехнической продукции на отдельно выделенных для этой цели предприятиях не всегда целесообразна. Хотя бы из стратегических соображений заказ должен распределяться на всех ранее выполнявших его специализированных предприятиях. Это, во-первых, ликвидирует монополизм, а следовательно, и повысит качество продукции. Во-вторых, позволит использовать более высокий уровень технологии для изготовления тракторов, что повысит качество, а следовательно, и ее конкурентоспособность с зарубежными аналогами.

К задачам производственного уровня необходимо отнести следующие:

1. Определение номенклатуры инновационной продукции с учетом технологических возможностей предприятия.
2. Четкое планирование всех стадий производственного процесса.
3. Укрепление связей с поставщиками и потребителями.

4. Создание и укрепление маркетинговых служб с акцентом их деятельности на выявление перспективных потребностей рынка.

5. Укрепление связей с финансовыми структурами.

Разработка же новой продукции должна вписываться в рамки существующей специализации предприятия, а практическая реализация инновационного процесса происходит по установленному или максимально приближенному процессу постановки на производство продукции. Это поднимает качество и надежность тракторной техники, а следовательно, и поднимает уровень ее конкурентоспособности.

Реализуя инновационные программы на ОАО «МТЗ», необходимо учитывать возможности диверсификации производства. В концептуальном аспекте диверсификация производства должна учитывать целый ряд принципов.

1. Не нарушать организационно-технологическое единство предприятия. Порой разделение производства, которое наблюдается на целом ряде предприятий, не только не дало предполагаемого эффекта, но и резко осложнило функционирование предприятий как единого производственного комплекса. Следует с осторожностью относиться к созданию на базе ранее крупного предприятия серии малых предприятий, ориентированных на производство какого-либо одного или ряда изделий. Стремление к автономизации практически всегда разрывает единый технологический комплекс, резко снижает возможность внедрения прогрессивных технологий. Существенно возрастает число мелких организационных проблем, возникающих на стыке интересов малых предприятий. В конечном итоге, все вышеозначенное может привести к потере прибыли предприятия.

2. Соответствовать технологическим возможностям предприятия, т.е. его существующей специализации.

3. Способствовать перспективному развитию предприятия с учетом направлений и темпов научно-технического прогресса.

4. Учитывать реальные возможности сбыта продукции. И не приводить к чрезвычайно широкому ассортименту продукции. Необоснованное расширение номенклатуры изделий, слабо связанных между собой технологически: повышает их себестоимость; снижает качество; ведет к деспециализации предприятия, а следовательно, и к снижению производительности труда; затрудняет и удорожает процесс оперативного управления производством; в конечном итоге, снижает конкурентоспособность продукции, а следовательно, ведет к потере рынков сбыта.