

также имеют низкую рентабельность. Наиболее высокая рентабельность отмечается на предприятиях с оптимальным объемом производства.

Рассчитанные зависимости влияния производительности на прибыль и стоимость продукции показывают, что при производительности 50 млн р./чел. прибыль составит 200 млн р., стоимость продукции - 15 000 млн р.

Таким образом, в основе повышения эффективности лежат:

- наращивание объемов производства;
- рост производительности;
- снижение себестоимости производимой продукции.

ГЕНЕЗИС ПРЕДПРИЯТИЯ И ЕГО РЕСТРУКТУРИЗАЦИЯ

Крылович С., Пинский филиал БГЭУ

Предприятие является первичным звеном в народном хозяйстве страны. В социально – рыночной экономике предприятием является самостоятельный субъект хозяйствования, обладающий правами юридического лица, деятельность которого направлена на получение прибыли; осуществляется на свой риск и под свою имущественную ответственность. Предприятие - как субъект хозяйствования - в процессе функционирования проходит различные стадии своего существования.

Создание предприятия и его становление. О возникновении субъекта хозяйствования свидетельствует факт его регистрации в соответствующих органах исполнительной власти.

Предприятие, закрепившееся в своей рыночной нише, в процессе развития постоянно реорганизуется: создаются новые производственные и функциональные подразделения, происходит слияние или ликвидация снизивших свою эффективность цехов.

Санация – финансовое оздоровление предприятия, необходимость в котором возникает при угрозе экономической несостоятельности.

Банкротство – удостоверенная судом полная неспособность субъекта хозяйствования оплатить свои финансовые обязательства.

Ликвидация предприятия – прекращение деятельности предприятия и исключение его из реестра государственной регистрации.

Трансформация административно-командной экономики в рыночную обуславливает существенное изменение среды функционирования предприятий. Она становится сложнее, подвижнее, неопределеннее и постоянно меняется под влиянием изменений интересов, стратегии и тактики всех ее субъектов. Это требует постоянной адаптации внутренней организации предприятий к изменившейся внешней среде, что осуществляется в процессе реструктуризации.

Реструктуризация – изменения внутренней организации предприятия адекватно изменениям внешней среды, направленные на повышение эффективности функционирования. Реструктуризация является перманентным процессом: любое изменение внешней среды требует соответствующей современной адаптации внутренней организации предприятия, что обеспечивает его эффективное функционирование.

Эффективное функционирование предприятия во многом зависит от того, насколько приспособлены к внешней среде все его элементы. В связи с этим реструктуризация представляет собой комплекс взаимосвязанных изменений, охватывающих все или большинство элементов внутренней организации предприятия.

Реструктуризация – деятельность, исходными посылами которой являются цели и стратегии предприятия. Реструктуризация является высокоэффективным рыночным инструментом повышения конкурентоспособности предприятий. В рамках реструктуризации предприятия должны решать три основные задачи:

- 1) модернизация, замена или сокращение излишков существующей производственно-технологической базы предприятия;
- 2) существенное изменение системы управления и использования человеческих ресурсов предприятия;
- 3) качественное изменение взаимоотношений с потребителями и создание новой целевой клиентской группы.

Для решения подобных задач, особенно в условиях определенной обстановки, требуется переход к прогностическому моделированию и сценарному анализу, применение экспертных систем и моделей поддержки принятия решений, внедрение прогрессивных информационных технологий. В связи с этим возникает потребность в управленцах и специалистах принципиально новых квалификаций и мировоззрения.

В ходе реструктуризации циклически решаются одни и те же проблемы:

- производится оценка ситуации и своих возможностей;
- ставятся цели, определяются приоритеты, намечается программа этапа реструктуризации.

Основными принципиальными задачами концепции реструктуризации являются:

- комплексная бизнес-диагностика предприятия;
- определение основных целей, задач и принципов реструктуризации;
- определение бюджета, сроков и необходимых мероприятий для реализации проекта реструктуризации;
- определение ожидаемой эффективности проекта, основных рисков и способов их минимизации.

В связи с различным финансово-экономическим положением, спецификой деятельности, стратегическими целями и задачами предприятий все проекты по реструктуризации являются уникальными и предназначены для реализации только на этом предприятии. Комплексная программа реструктуризации может быть полезна не только предприятиям, находящимся на грани финансово-экономического кризиса, но и вполне благополучным. Ее реализация приведет к улучшению хозяйственной и финансово-экономической деятельности, повышению эффективности предприятия.

Процесс реструктуризации предприятий в Республике Беларусь начался недавно, и пока с этой проблемой столкнулось ограниченное количество предприятий. Так, из 57 предприятий легкой промышленности осуществили реструктуризацию только 7, среди них:

МОО «Луч», Кричевский завод резиновых изделий, ОАО ПТФ «8 Марта», ОАО «Купалинка», ОАО «Свитанак», Минское кожевенно-производственное объединение.

Так, в г. Пинске Брестской области в 2000 г. из 30 промышленных предприятий провели реструктуризацию только 2 предприятия: РУМП «Кузлитмаш» выделил структурное дочернее унитарное промышленное предприятие «Ремстроймонтаж»; ЗАО «Пинскдрев» выделило унитарное стоматологическое предприятие, унитарное предприятие «Автопарк», унитарное предприятие «Социальный комплекс», унитарное предприятие «Техэнергосервис».

Наличие у отечественных предприятий небольшого опыта в осуществлении реструктуризационных мероприятий все-таки позволяет судить о тех критериях, на основании которых делались попытки оценить эффективность реструктуризации.

Чаще всего оценка производилась на основе следующих показателей: темпы роста производства, прибыль от реализации продукции, рентабельность, рост экспорта и т.п. Так, на ОАО «Белфа» для оценки эффективности реструктуризации были рассчитаны темп роста объема производства в 1998 г. по сравнению с 1997 г. (107,6 %), рост объема товаров народного потребления за этот же период (105 %); рост производительности труда (105,5 %); прибыль от реализации продукции (317,6 млрд р.). Выводы о результатах внедрения мероприятий реструктуризационной программы на ПТО «Полесье» делались исходя из таких показателей, как рентабельность (16,4 %), коэффициент использования производственных мощностей (по трикотажу) – 82,6 %, затраты на 1 рубль товарной продукции – 0,86 р., прибыль от реализации продукции – 282,5 млрд р. Здесь следует отметить, что не все рассчитываемые показатели сопоставлялись с данными пред-реструктуризационного периода.

На уровне концерна «Беллепром» отслеживаются такие показатели работы реструктурируемых предприятий, как темпы роста объемов производства в сопоставимых ценах, товаров народного потребления, производительности труда (в стоимостном выражении), балансовой прибыли и рентабельности продукции. Помимо

перечисленных, рассчитываются также показатели финансового состояния предприятия, например, коэффициенты текущей ликвидности, обеспеченности собственными оборотными средствами, восстановления платежеспособности.

Рассмотрение данной темы очень актуально на сегодняшний день, поскольку большинство предприятий в Республике Беларусь находится в упадочном состоянии, - они имеют неудовлетворительную структуру баланса и являются неплатежеспособными. Такие предприятия должны подвергаться обязательной (и даже принудительной) реструктуризации для восстановления их платежеспособности, повышения эффективности хозяйствования и постепенного выхода из кризиса путем перевода подразделения на коммерческий расчет с наделением имуществом и учетом прибыли и убытков.

РОЛЬ МАРКЕТИНГА В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

Куликов А., Бобруйский филиал БГЭУ

Становление и развитие рыночных отношений предопределило необходимость широкого использования маркетинга в практической деятельности организаций и предприятий.

Реформы, происходящие последние несколько лет в Республике Беларусь, и становление рыночного механизма требуют от предприятий поиска механизма адаптации к изменяющейся внешней среде.

Хотя на предприятиях стали создаваться отделы маркетинга, они по-прежнему выполняют одинаковые функции:

- изучение спроса на выпускаемую продукцию;
- изучение спроса на новые товары, предлагаемые предприятием;
- выявление, анализ и изучение работы фирм-конкурентов;
- реклама продукции;
- заключение договоров на поставку сырья и сбыт продукции.