

Нужно уже сейчас, чтобы государство способствовало и стимулировало предприятия по переходу на международные стандарты финансовой отчетности, что позволит предприятиям более уверенно чувствовать себя на международном рынке и привлекать инвестиции.

Барановский С.И.
Минск

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Стратегическое планирование является основой для эффективного текущего планирования, поскольку все усилия предприятия направлены на достижение поставленной цели развития. Оно позволяет ответить на следующие основные вопросы: какой вид деятельности предприятия обеспечит максимально возможную эффективность всех факторов производства? Каков состав потребителей продукции и какие товары предприятие может производить лучше, чем конкуренты? Какова конкурентоспособность продукции и предприятия на внутреннем и внешних рынках?

Стратегическое планирование требует разработки последовательных, взаимообусловленных решений на долгосрочный период, принимаемых в соответствии с выбранной целью развития предприятия, учитывающих требования целевых рынков, куда предприятие желает проникнуть и закрепиться с конкурентоспособным товаром.

В краткосрочном периоде текущее планирование и оперативное управление предприятием основываются на задачах, поставленных и выработанных стратегическим планированием. В то же время достигнутые результаты позволяют проводить корректировку стратегического управления.

Долгосрочный стратегический план развития предприятий содержит направления промышленной политики, ориентиры, критерии, по которым оцениваются достигнутые результаты. Краткосрочный бизнес-план содержит детальную разработку путей и методов достижения поставленных целей, их трансформацию в специфические, измеряемые результаты. Практические отклонения от долгосрочных стратегических и текущих планов развития должны быть предметом тщательного анализа имеющихся производственных ресурсов компании и степени эффективности их использования.

В условиях высокой неопределенности промышленные предприятия могут успешно функционировать только при тщательно разработанной стратегии развития. Для того, чтобы избежать серьезных ошибок, при формировании стратегии развития следует учитывать основные факторы обеспечения конкурентоспособности предприятий: финансовое положение предприятия и уровень управления финансовыми рисками; наличие передовых технологий и возможности их совершенствования путем НИОКР; способность к проведению гибкой ценовой и товарной политики; наличие рациональной системы продаж и продвижения товаров на рынках; качество технического об-

служивания и ремонта; свобода выбора источников финансирования и возможности получения кредитов.

Барковская Л.С., Шевченко Л.И.
БГЭУ (Минск)

ИССЛЕДОВАНИЕ ДИНАМИКИ РОСТА ВЫПУСКА ПРОДУКЦИИ

Предполагается, что произведенная продукция реализуется по фиксированной цене p . Пусть $q(t)$ количество продукции, реализованной на момент времени t . Тогда на этот момент времени получен доход $p \cdot q(t)$. Предполагается также, что часть указанного дохода используется на инвестиции в производство реализуемой продукции, т.е.

$$I(t) = m \cdot q \cdot (t), \quad (1)$$

где m – норма инвестиции, причем $0 < m < 1$.

Если ввести предположение о ненасыщаемости рынка, т.е. о полной реализации производимой продукции, то в результате расширения производства будет обеспечен прирост дохода, часть которого используется на расширение выпуска продукции. Это, естественно, приведет к росту скорости выпуска (акселерации), причем скорость выпуска пропорциональна увеличению инвестиций, т.е.

$$q'(t) = n \cdot I(t), \quad (2)$$

где $\frac{I}{n}$ – норма акселерации. С учетом (1) имеем из (2)

$$q'(t) = k \cdot q(t), \quad (3)$$

где $k = m \cdot n \cdot p$. Дифференциальное уравнение (3) представляет собой уравнение первого порядка с разделяющимися переменными. Общее решение этого уравнения имеет вид

$$q(t) = C \cdot e^{kt} \quad (4)$$

где C – произвольная постоянная.

Если в начальный момент времени $t = t_0$ задан объем выпуска продукции q_0 , то нетрудно получить решение задачи Коши для этого уравнения

$$q(t) = q_0 \cdot e^{k(t-t_0)}. \quad (5)$$

Батюк О.П.
ГГУ им. Ф. Скорины (Гомель)

ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ В АНТИКРИЗИСНОМ УПРАВЛЕНИИ

Маркетинговая информация и маркетинговые рекомендации следует рассматривать как базовую информацию к принятию антикризисных управленческих решений, направленных на ста-