

показателей. От стратегии к действию / пер. с англ. М.: Олимп-Бизнес, 2003. 3. Сбалансированное управление предприятием: учебное пособие / В.Г. Кандалинцев. – М.: КНОРУС. 2006. – 224 с 4. Томпсон-мл. А.А. Стрикленд, А.Дж. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа. 12-е изд./ пер. с англ. М. – СПб.-Киев: Вильямс, 2003.

УДК 338.94

Торская И. В., Стельмах Е. В.

ОЦЕНКА И ВЫЯВЛЕНИЕ ПУТЕЙ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

*Белорусский национальный технический университет
Минск, Беларусь*

Возможности любого экономического субъекта – это его потенциал, который определяется наличием собственности предприятия. Развитие бизнеса заключается в том, что каждое предприятие, обладая собственностью, стремится ее преумножить. Именно поэтому определение стратегии развития предприятия базируется на наличии у него экономического потенциала. В экономике потенциал рассматривается вообще в качестве базисного феномена. На основе данного понятия рассчитываются такие показатели как конкурентоспособность, эффективность и прибыльность производства.

Экономический потенциал промышленного предприятия - это совокупность всех экономических возможностей, направленных на производство материальных благ и услуг, которое предполагает максимально возможное использование всех имеющихся на предприятии ресурсов для выпуска необходимой и конкурентоспособной продукции с соответствующим уровнем осуществления мероприятий по внедрению новейшей техники и технологии, оптимальных режимов работы, научной организации труда и производства, охраны окружающей среды в данный конкретный период времени.

Понятие потенциала, на первый взгляд, может показаться близким к понятию производственной мощности. Необходимо отметить нетождественность данных категорий. Суть отличия потенциала от производственной мощности состоит в том, что производственная мощность предприятия характеризует потенциальные возможности производства продукции технологическими и трудовыми ресурсами, а потенциал отражает производственные возможности всех основных элементов производства как целостной системы, способной приспособиваться к условиям рыночной экономики, т.е. как взаимодействие трудовых, фондовых, материальных, энергетических и информационно-технологических ресурсов в данный период времени. Понятие потенциала значительно шире производственной мощности. Потенциал — это совокупность не только ресурсов, но и возможностей предприятия.

В свою очередь ресурс является фактором производственной деятельности. Какие бы вложения не делались, и какие бы прогрессивные технологии и материалы не применялись, без активного использования все это превращается не в потенциал, а в накопление ресурсов. Только в процессе производства средства производства превращаются из учетно-статистической категории в категорию экономическую и становятся элементами потенциала. В конкретной направленности и качественной устремленности состоит принципиальное отличие потенциала от производственных ресурсов.

Выступая системным понятием, экономический потенциал промышленного предприятия обладает свойством иерархии, первым уровнем которой являются следующие составляющие: производственная, маркетинговая, инновационная, финансовая. Второй уровень экономического потенциала формируют кадровая, информационная, социальная и коммуни-

кационная составляющие, которые оказывают опосредованное влияние на реализацию стратегии предприятия, преимущественно через реализацию основной группы функций. Составляющие экономического потенциала отражены на рисунке 1.

В целом, экономический потенциал является многоуровневым и многоаспектным объектом исследования. Необходимость управления экономическим потенциалом требует установления более глубинных причинно-следственных связей между наличием и использованием ресурсов, наличием капитала и эффективностью его размещения и использования.

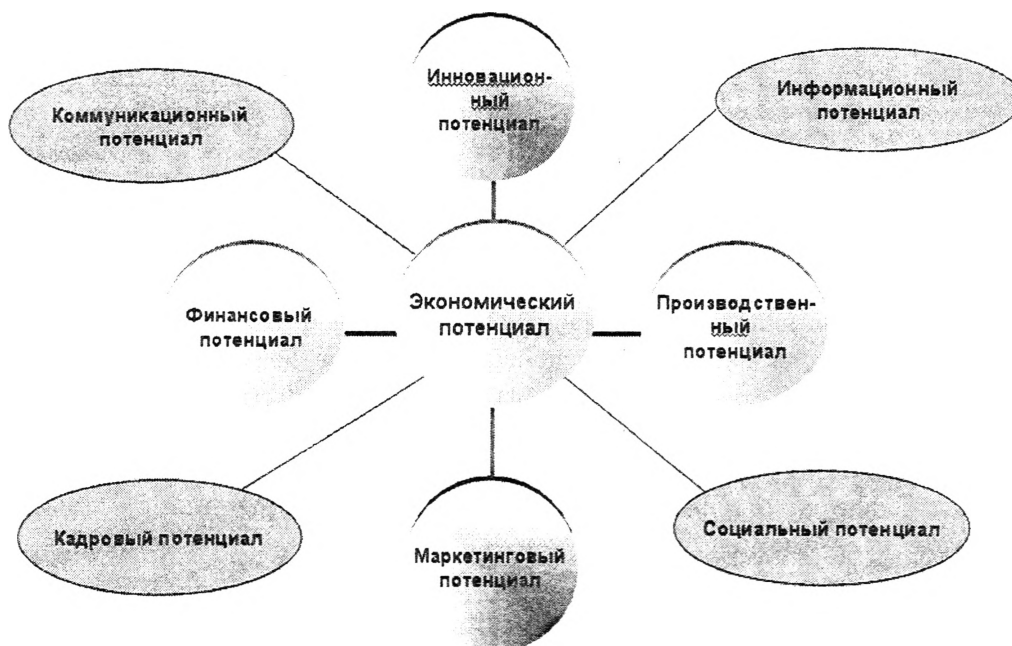


Рисунок 1 – Основные составляющие экономического потенциала предприятия

Стоимостная оценка потенциала, определяемая наличием активов и источников их финансирования, соответствует стоимости имеющихся ресурсов и представляет собой имущественный потенциал. Обеспечение собственным капиталом имущественного потенциала определяет устойчивость финансового положения предприятия.

Управлять экономическим потенциалом необходимо на всех уровнях управления и на всех стадиях производства. При этом необходимо учитывать, что эффективность использования имущественного потенциала зависит от наличия и состояния трудового, научно-технического, организационного, финансового потенциала, условий внешней и внутренней среды. Следовательно, управление процессом формирования экономического потенциала может быть эффективным и приведет к увеличению собственности в случае использования имеющихся резервов, выявленных в результате анализа использования экономического потенциала.

Исходя из наличия всех видов потенциала, осуществляется планирование развития предприятия, которое заключается в разработке мероприятий по использованию имеющегося потенциала. При этом наличие соответствующих активов и необходимых источников финансирования является основной характеристикой потенциала предприятия.

Эффективность производственной и финансовой деятельности характеризует не столько организация деятельности предприятия, а прежде всего наличие необходимого экономического потенциала на предприятии, именно поэтому назрела необходимость проведения исследований, выходящих за рамки традиционного финансового анализа.

В ходе анализа подходов к оценке экономического потенциала были найдены два классических направления исследования данного показателя как объекта. С одной стороны, экономический потенциал рассматривается как совокупность ресурсов хозяйствующего субъекта (ресурсное направление). В этом случае оценка экономического потенциала сводится к

определению стоимости доступных ресурсов (активов). Активы представляют собой совокупность финансовых и нефинансовых ресурсов, а также отвлеченные средства (дебиторская задолженность). С другой стороны, способность хозяйствующего субъекта осваивать, перерабатывать имеющиеся у него ресурсы для удовлетворения общественных потребностей считается экономическим потенциалом (результативное направление). Такая способность определяется наличием трудового, технического, организационного потенциала и непременно устойчивостью финансового положения предприятия. При этом оценка величины экономического потенциала сводится к оценке максимального количества благ, которое хозяйствующий субъект способен произвести при данном количестве, качестве и строении ресурсов.

В настоящее время создана новая многоуровневая структурная модель формирования экономического потенциала предприятия на основе поэтапно-структурного подхода. Данный подход предполагает выделение промежуточных уровней обобщения потенциальных возможностей предприятия. Нижним уровнем является производственный потенциал – это способность производственной системы производить материальные блага, используя ресурсы производства. Связующим звеном является хозяйственный потенциал, т. е. способность производственного потенциала предприятия и уровня его деловой активности удовлетворять потребности рынка в определенном объеме материальных благ и услуг.

Структурная модель формирования экономического потенциала показывает, что потенциал любого уровня возникает как результат взаимодействия обеспечивающих его ресурсов.

Экономический потенциал есть результат диалектического единства ресурсов предприятия и результата их использования.

В ходе проведенного исследования был оценен экономический потенциал РУП “МТЗ” в динамике. Расчет проводился по методике, в основе которой лежит модель анализа резервов потенциала промышленного предприятия, предложенная Н. Л. Зайцевым. Данная модель была адаптирована к условиям производственной деятельности в РБ, дополнена рядом показателей и применена в сочетании с теорией эффективной конкуренции. Именно эта теория позволила выявить наиболее весомые показатели и “узкие места” в структуре экономического потенциала. Анализ и расчеты проводились по составляющим экономического потенциала первого порядка:

- *маркетинговая составляющая* насчитывает 8 показателей, основными из которых являются: удельный вес экспортной продукции, расходы на рекламу на 1000 рублей отгруженной продукции, прибыльность продаж, коэффициент эффективности рекламы, коэффициент использования государственных субсидий и дотаций, коэффициент использования государственных инвестиций.

- *финансовая составляющая* характеризуется 14 показателями, в числе которых такие, как доходность по активам, рентабельность собственного капитала, оборачиваемость оборотных средств, период оборота, коэффициент маневренности, прибыльность всех затрат, коэффициент текущей ликвидности.

- *производственная составляющая* оценивается 10 показателями. Наиболее весомые из них: фондовооруженность труда, удельный вес рекламации в общем объеме реализованной продукции, средний возраст технологического оборудования, фондоотдача основных средств, фондоемкость продукции, интегральный коэффициент использования оборудования.

- *инновационная составляющая* описывается на основе 3-х показателей: доля расходов на НИОКР в затратах на производство, удельный вес сертифицированной продукции в общем объеме реализованной продукции, удельный вес продукции, произведенной по патентам в общем объеме реализованной продукции.

Источниками для анализа показателей являются бухгалтерский баланс предприятия на 01.01.2004 г. и 01.01.2005г. и отчеты о производственной деятельности предприятия за 2003 и 2004 годы.

Как показали расчеты, комплексный показатель экономического потенциала РУП “МТЗ” за анализируемый период увеличился на 6 процентных пунктов, а относительном исчислении – на 7,9%. На 01.01.2004 г. он составлял 76%, а на 01.01.2005г. – 82%. Данный рост показателя произошел за счет следующих факторов:

- в маркетинговой составляющей:

- ✓ вырос коэффициент эффективности рекламы;
- ✓ уменьшились расходы на рекламу на 1000 рублей отгруженной продукции;
- ✓ удельный вес экспортной продукции в общем объеме отгруженной продукции увеличился на 18 процентных пунктов, а относительном исчислении – на 27% (85,4% на 01.01.2005 г. против 66,6% на 01.01.2004 г.).

Приведенные выше цифры позволяют говорить о том, что РУП “МТЗ” становится все более экспортноориентированным предприятием. Увеличение экспортного потенциала предприятия достигается путем проведения гибкой маркетинговой политики, совершенствования и развития товаропроводящей сети и качественного гарантийного обслуживания в минимальные сроки, что позволило возобновить поставки продукции МТЗ в двенадцати странах. Наиболее весомыми среди них являются поставки в Таджикистан, Никарагуа, Северную Корею, Йемен. Все это свидетельствует об эффективности и правильности выбранной маркетинговой стратегии предприятия. Поэтому контроль за маркетинговой составляющей экономического потенциала для данного предприятия очень важен.

- в финансовой составляющей:

✓ увеличение коэффициента текущей ликвидности на 0,06, что является свидетельством усиления финансовой устойчивости и платежеспособности предприятия;

✓ уменьшение периода оборота со 190 дней до 143 дней за счет увеличения оборачиваемости оборотных средств с 1,89 на 01.01.2004г. до 2,51 на 01.01.2005 г.;

✓ рост коэффициента обеспеченности собственными оборотными средствами. Однако следует отметить, что несмотря на положительную динамику данного показателя, в 2004 году предприятие работало с дефицитом собственных оборотных средств. Предприятие по-прежнему использует кредитные ресурсы банков для их пополнения. Сумма задолженности по кредитной линии на пополнение оборотных средств на 01.01.2005 г. составила 28,8 млн. долл. США. Доля собственных средств в формировании оборотных активов составила 47,1%, что на 10,2% больше, чем в 2003 году. Соответственно, доля заемного капитала снизилась и составила 52,9%, однако остается довольно значительной;

✓ увеличение рентабельности собственного капитала с 9,2% в 2003 году до 9,8% в 2004 году. Данный факт свидетельствует об эффективности использования собственных денежных и материальных ресурсов;

✓ увеличение рентабельности реализованной продукции с 11,5% в 2003 году до 13,2% в 2004 году;

✓ увеличение доходности по активам предприятия;

✓ снижение налоговой нагрузки на продукцию.

- в производственной составляющей:

✓ уменьшение удельного веса рекламаций в общем объеме реализованной продукции с 0,37% в 2003 году до 0,32% в 2004 году;

✓ рост фондовооруженности труда, однако “узким местом” данного показателя является средний возраст технологического оборудования на предприятии, который составляет 27 лет, при этом изношенность производственных фондов достигла 87%;

✓ увеличение коэффициента обновления основных фондов, однако, следует заметить, что обновление и перевооружение основных фондов ведется замедленными темпами.

✓ коэффициент использования среднегодовой мощности 01.01.2005г. он составил по предприятию 70%, а 01.01.2004 г. составлял 66,4 %.

✓ рост показателя фондоотдачи и соответственно снижение фондоёмкости продукции.

- в инновационной составляющей:

✓ увеличение доли расходов на НИОКР в затратах на производство с 0,33% в 2003 году до 0,39% в 2004 году. При этом основными направлениями НИОКР на предприятии являются:

- разработка программных методов анализа вариантов конструкций гусеничных тракторов;
- формирование аппаратно- программных комплексов для проведения исследований;
- разработка методов испытаний машин и сборочных единиц;
- научное сопровождение разработок.

На рисунке 2 отражена динамика основных составляющих экономического потенциала РУП «МТЗ» первого порядка.

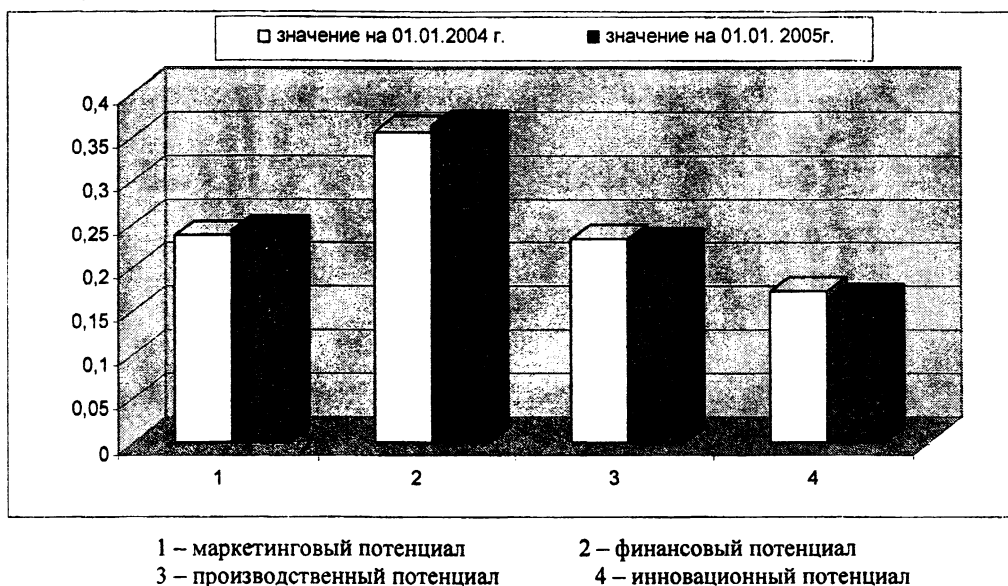


Рисунок 2 – Динамика составляющих экономического потенциала

По итогам проведенного анализа нельзя утверждать о главенствующей роли определенной составляющей экономического потенциала. Только комплексная оценка всех составляющих вместе позволяет получить объективную оценку, увидеть влияние отдельных факторов на комплексный показатель использования экономического потенциала предприятия.

В ходе проводимой оценки были выявлены некоторые “узкие места” в деятельности предприятия: дефицит собственных оборотных средств, большой средний возраст технологического оборудования, высокая изношенность производственных фондов, недостаточные темпы обновления и перевооружение основных фондов. При этом основные факторы, негативно влияющие на экономический потенциал, сосредоточены в производственной составляющей. Следовательно, в ближайшее время основным путем повышения экономического потенциала для РУП “МТЗ” должно явиться решение вопроса технического перевооружения и обновления основных средств производства.

Следует подчеркнуть, что оценка использования экономического потенциала предприятия имеет практическое значение для управленческой деятельности не только как элемент ретроспективного анализа, с помощью которого можно дать комплексную оценку деятельности, но и также как этап стратегического планирования, с помощью которого можно обосновано предсказать последствия различных управленческих решений, а также и как способ контроля за использованием финансовых ресурсов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Зайцев, Н. Л. Экономика организации – М.: Экзамен, 2003. – 467с.
2. Марушков, Р. В. Оценка использования экономического потенциала предприятия: Автореферат дис. Канд.

Эконом. Наук (08. 00. 05) –М., 2000. - 20 с. 3. Сосненко, Л. С. Анализ экономического потенциала действующего предприятия. - М.: Экономическая литература, 2004. - 208с. 4. Сувернева, Е. Б. Оценка экономического потенциала организации. - М.: Экономическая литература, 1999. – 246 с.

УДК 330.47

Хованская Н.М., Лавренова О.А.

РАЗРАБОТКА WEB-ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТНОГО СТАТУСА ПОДРАЗДЕЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Белорусский национальный технический университет
Минск, Беларусь*

В настоящее время на мировом рынке товаров и услуг сложилась ситуация определенного равновесия. Традиционные инструменты ведения бизнеса отработаны и доведены до совершенства. Практически в каждой нише рынка присутствует достаточно большое количество конкурирующих компаний, предлагающих товары и услуги одного уровня цен и качества. В этой ситуации основная роль в успешном ведении конкурентной борьбы и управлении бизнесом отводится информации.

С развитием Интернет перед поставщиками товаров и услуг открылись новые невиданные ранее горизонты. В геометрической прогрессии постоянно увеличивается количество подключенных к сети пользователей, среди которых могут оказаться потенциальные клиенты или партнеры. Информация, представленная с использованием интерактивных медиа-технологий, присущих только Интернету, имеет гораздо более сильное воздействие, чем использование традиционных технологий, таких как радио, телевидение или печатная продукция. Информация, размещаемая на web-сайте (например, прайс-лист или информация о новом виде товара или услуг), может обновляться несколько раз в сутки, она всегда будет оставаться актуальной.

Сегодня web-сайт компании - это современный атрибут серьезного подхода к бизнесу, показатель хорошего уровня развития компании, позволяющий находиться на шаг впереди конкурентов, не представленных в сети[4]. Возможности Интернет не ограничиваются только лишь имиджем: web-сайт позволяет наладить дополнительный канал общения с клиентами и партнерами. Размещение в сети подробного каталога товаров не только дает посетителям возможность выбрать необходимые товары, но и существенно снижает нагрузку на персонал.

Исследователи постоянно изучают пути повышения конкурентоспособности компаний. Сегодня, как правило, впереди оказываются те, кто строит свою деятельность по принципу команды.[2] Корпоративные сети позволяют постоянно контролировать ресурсы не только свои, но и конкурентов. Без корпоративной сети сотрудники действуют индивидуально, а не как члены команды. Подлинная командная работа порождает лучшие идеи, объединяет знания, что в результате приводит к достижению высоких экономических результатов.

Использование анкетирования и опросов, позволяет постоянно находиться в курсе всех событий, оперативно получать от клиентов отзывы и комментарии, что весьма ценно для учета мнения клиентов о бизнесе. И, наконец, Интернет незаменим при ведении бизнеса с международными партнерами: web-сайт работает без персонала, днем и ночью, в любой точке мира.

Корпоративный сайт может использоваться в ряде функциональных областей организации:

- формирование управленческой информационной системы;