

расположен рядом со столицей Республики Беларусь. Через территорию парка проходит железная дорога Минск – Западная Европа, Минск – Москва – Пекин, а также рядом находится Аэропорт-2, самый крупный аэропорт в Беларуси. Нами проведены научные исследования по вопросам повышения конкурентоспособности организаций-резидентов Великого камня с помощью логистической системы.

В настоящее время происходит серьезный прорыв в осуществлении проекта «Китайско-Белорусский воздушный Шелковый путь», в рамках которого будет создан воздушный путь Тяньцзинь – Минск. Данный проект будет осуществлять перевозку грузов между Республикой Беларусь и Китайской Народной Республикой в объеме 100 грузовых автомобилей, между странами Евросоюза в объеме 160 грузовых автомобилей, а также такой посреднической деятельностью по всему миру, как растаможивание, складирование, транспортировка грузовыми самолетами, самолетами МЧС, гражданскими самолетами и др. По завершении организации данного воздушного пути планируется ежедневное перемещение 10 тонн малогабаритных грузов и еженедельная доставка 120 тонн грузов стандартного размера. Воздушный путь «Тяньцзинь – Минск» в будущем станет одним из ведущих транспортным направлений Шелкового пути» и свяжет Шелковый путь с Европейским экономическим союзом, что официально положит начало сотрудничеству. Основными экспортными товарами станут одежда и продукция легкой промышленности Китая, в качестве импортных товаров главным образом будет выступать продукция белорусского производства и восточноевропейских стран, в то же время будет учитываться и экспорт продукции машиностроения из Западной Европы в Китай. С началом функционирования товарной авиалинии Тяньцзинь – Минск стороны получают возможность сосредоточиться на стратегии развития грузоперевозок и товарных узлов с помощью глобальной сети Интернет.

Заключение. Стратегический проект «Китайско-Белорусский воздушный Шелковый путь» будет активно продвигать строительство «транспортного коридора Тяньцзинь-Минск», а также соединение воздушной сети между аэропортами Тяньцзинь и Минска, что способствует развитию транспортных узлов обеих сторон, а так же углублению экономического сотрудничества между Китайской Народной Республикой и Республикой Беларусь.

ЛИТЕРАТУРА

1. Си Цзиньпин, О государственном управлении / Издательство литературы на иностранных языках, КНР. Пекин. М. – 624 с.
2. Шимов, В.Н. «Экономический пояс шёлкового пути» как транспортный маршрут и глобальный проект развития / В.Н. Шимов, А.А. Быков // Белорусский экономический журнал. – 2016. – №2. – С. 4 – 14.
3. Рудый, К.В. Беларусь-Китай: каналы инвестиционного сотрудничества / К.В. Рудый // Белорусский экономический журнал. – 2016. – №2. – С. 15 – 30.
4. Статистический ежегодник. Национальный статистический комитет Республики Беларусь, Мн., 2016. – 518 с.
5. Экономико-математический энциклопедический словарь / под ред. В.И. Данилов-Данильяна. – М. : Большая российская энциклопедия: ИНФРА-М. – 2003. – 688 с.

УДК 338.24

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Т. К Савко, преподаватель БНТУ, г. Минск

Резюме – в статье рассмотрен вопрос целесообразности формирования стратегии развития предприятия, определены виды стратегий, рассмотрены этапы ее формирования и принципы создания. Рассмотрены и проанализированы основные цели развития предприятий. Выявлены проблемы разработки стратегии развития на предприятиях Республики Беларусь.

Введение. Долгосрочное эффективное развитие предприятия, устойчивый рост его основных экономических показателей, повышение конкурентоспособности производимой продукции и оказываемых услуг во многом зависят от правильно выбранных стратегических целей организации, что позволяет гибко и адекватно реагировать на изменение факторов внешней среды и эффективно использовать имеющиеся в наличии ограниченные ресурсы. Изменчивая внешняя среда, высокая конкуренция, кризисные проявления в экономике требуют от предприятий использования элементов стратегического управления.

Основная часть. Однозначной трактовки понятия «стратегия» не существует. Понимание данного понятия изменялось во времени наряду с усложнявшимися условиями ведения бизнеса. Однако проведенный анализ наиболее известных определений позволил выявить некоторые общие черты: нацеленность в будущее и реагирование на внешнюю среду. Таким образом, обобщая анализ литературных источников, стратегией развития предприятия можно считать долгосрочный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей.

Наиболее полный и глубокий анализ подходов по формированию стратегии развития предприятия был приведен в работе Г. Минцберга [1]. Как можно видеть, в настоящее время не существует единого понимания сущности стратегии, но, несмотря на различия в определениях, все они характеризуют стратегию как инструмент управления, способствующий позиционированию предприятия во внешней среде путем достижения им поставленных целей.

Выбор той или иной стратегии развития определяется существующим положением предприятия, занимаемым им местом на рынке, перспективами развития, возможности финансирования проектов, наличием ресурсов и др.

Анализ литературы показал, что наиболее часто используемыми классификационными признаками выделения стратегий предприятий являются: традиционные факторы производства (технологическая, инвестиционная, товарная, кадровая, финансовая и др. стратегии); стадии воспроизводственного цикла (закупочная, производственная, сбытовая стратегии); доля компании на рынке (стратегии роста, сокращения, ограниченного роста, комбинирования).

Наиболее полной и интересной классификацией возможных стратегий развития предприятия является классификация, предложенная Сульповаром [2]. Данная стратегия совмещает классификации стратегий по таким признакам, как жизненный цикл компании и основные факторы производства.

Стратегия каждого отдельного предприятия уникальна и не может быть перенята без внесения изменений даже предприятиями той же отрасли.

Разработка стратегии предприятия – трудоемкий, длительный процесс, требующий большой подготовительной работы. На практике он состоит из этапов, количество которых зависит от горизонта планирования, управленческого подхода и размера предприятия. Наиболее важными этапами разработки стратегии предприятия являются:

1. определение и формулирование миссии компании, которая определяет имидж предприятия;
2. определение согласованных с миссией целей предприятия, которые должны быть реальны, конкретны, измеримы, составление перечня задач, способствующих достижению поставленных целей и сроков их исполнения (примеры типовых целей представлены в таблице 1);
3. разработка и оценка альтернативных вариантов, выбор оптимальной стратегии. Здесь важно определить факторы внешней и внутренней среды, от которых зависит правильный выбор стратегии развития предприятия. Для этой цели используются различные стратегические инструменты (например, SWOT-анализ, PESTEL-анализ, портфельный анализ и др.), наиболее полно описанные в [3];
4. реализация стратегии, включающая оперативное управление, проведение необходимых корректирующих мероприятий;
5. контроль и оценка полученных результатов, на основании которых разрабатывается новая стратегия развития.

Для того, чтобы стратегический план стал эффективным инструментом управления предприятием, при его составлении необходимо придерживаться ряда принципов [4, 5]: реальность и реализуемость стратегии, что предполагает соответствие планов ресурсному, финансовому, производственному, кадровому потенциалу предприятия; логичность, взаимосвязь и непротиворечивость отдельных элементов стратегии друг другу; альтернативность; направленность на существующие и потенциальные конкурентные преимущества предприятия; адаптивность и совместимость с внешней средой; стратегия должна нести элементы инновационного развития предприятия.

Таблица 1 – Примеры целей предприятий

Планируемая область	Применяемые показатели
Эффективность деятельности	Абсолютные показатели (размер прибыли, выручки и др.) Относительные (рентабельность производства, продукции, инвестиций, коэффициент чистой прибыли и др.)
Положение на рынке	Объем продаж (в натуральном и стоимостном выражении), доля на различных рынках и др.
Персонал	Профессиональное обучение, доля различных категорий работников, способы мотивации и др.
Инновации	Доля инновационной продукции, выход на новые рынки, использование новых процессов, технологий, ресурсов и т.д.
Продукция	Показатели по ассортименту, доля различных категорий продуктов в общем объеме продаж в натуральном и стоимостном выражении и др.
Производительность	Затраты на единицу продукции, выработка, трудоемкость и т.д.
Финансовые ресурсы	Размер оборотного и основного капитала, дивидендов, размер эмиссии и др.
Социальная сфера	Реализация социальных программ (в натуральном и стоимостном выражении)
Примечание: разработано автором на основании [4]	

Белорусские предприятия не в полной мере используют стратегическое планирование, как инструмент повышения своей конкурентоспособности. Это связано с несколькими проблемами: отсутствие финансирования на проведение исследований рынков; неразвитость аутсорсинга услуг по стратегическому планированию; отсутствие кадров необходимой квалификации; отсутствие необходимого опыта и статистической информации для принятия обоснованных решений; оторванность от жизни и формальность создания, что снижает практическую значимость данного инструмента; нестабильная экономическая ситуация, которая уменьшает

горизонт планирования и другие. В большинстве случаев стратегические планы на белорусских предприятиях создаются как дань моде, что не позволяет использовать их для осуществления реальных действий. Так же большинство стратегических планов ставят своей целью ничем не обоснованный рост прибыли или доли рынка. Таким образом подрывается доверие к стратегическому планированию, как к действенному инструменту повышения эффективности деятельности предприятия.

Заключение. Резюмируя все вышеперечисленное, следует отметить, что использование элементов стратегического управления на предприятиях является необходимым условием сохранения и повышения их конкурентоспособности, как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

ЛИТЕРАТУРА

1. Минцберг, Г. Школы стратегий / Г. Минцберг, Б. Альстрэнд, Дж. Пер. Лэмпель, под ред. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2001. - 336 с.
2. Сульповар, Л.Б. Управление формированием стратегии развития предприятия / Л. Б. Сульповар // СЕРВИС Plus. – 2012. - №2. – С. 83-90.
3. Эванс, В. Ключевые стратегические инструменты. 88 инструментов, которые должен знать каждый менеджер/ В. Эванс. - М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2015. – 456 с.
4. Кухарская, Н.А. Формирование стратегии управления развитием предприятия / Н.А. Кухарская // Знание. – 2015. - №11-1. – С. 51-58.
5. Веснин, В. Р. Стратегическое управление: учебное пособие/ В.Р. Веснин. – М.: Проспект, 2015. – 192 с.

УДК 338.45

ПОДХОДЫ К ИСЛЕДОВАНИЮ СТРУКТУРЫ И ДИНАМИКИ ЗАТРАТ НА ЭНЕРГОГЕНЕРИРУЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Н. А Самосюк., старший преподаватель БНТУ, г. Минск

Резюме – в современных условиях на изменение затрат предприятия оказывают влияние как внешние факторы, отражающие общий уровень развития экономики республики и не зависящие от деятельности хозяйствующего субъекта, так и внутренние факторы, непосредственно связанные с деятельностью хозяйствующего субъекта. Для эффективного управления организацией возникает необходимость в проведении анализа структуры и динамики затрат. Полученные данные анализа лягут в основу прогнозов производственной себестоимости и будут использованы для совершенствованию информационной базы стратегического планирования энергогенерирующих предприятий Республики Беларусь.

Введение. Для эффективного управления организацией менеджерам необходима актуальная информация о ее деятельности. Повышение эффективности производства невозможно без эффективного управления себестоимостью и отдельными элементами ее структуры – затратами. Работа с затратами – одно из основных направлений управленческого учета. Для управления затратами важно понимать их сущность.

Основная часть. Обзор специальной литературы показал, что большинство авторов при детализации финансово-хозяйственной деятельности предприятия помимо понятия «затраты» используют такие понятия, как «расходы» и «издержки». Ряд ученых считает, что данные термины являются синонимами, другие придерживаются точки зрения, что семантика категорий «затраты», «расходы» и «издержки» различна, при этом одна категория является в экономическом смысле частью другой категории (А.С. Бакаев, Н.Д. Врублевский, О.В. Рыбакова, А.Д. Шеремет). Рассмотрим указанные понятия более детально, это позволит разграничить их и обеспечит единый подход к учету затрат и калькулированию себестоимости продукции (услуг).

По мнению Лебедева П.В. в отечественной экономической практике понятие «затраты», «расходы» и «издержки» употребляются, как правило, в качестве синонимов [1].

Статья 1 Закона Республики Беларусь «О бухгалтерском учете и отчетности от 12 июля 2013 г. № 57-3 с изменениями и дополнениями от 4 июня 2015 г. № 268-3 дает следующее определение понятия «расходы»: расходы – уменьшение экономических выгод в результате уменьшения активов или увеличения обязательств, ведущее к уменьшению собственного капитала организации, не связанному с его передачей собственнику имущества организации, распределением между учредителями (участниками) организации.

В Методических рекомендациях по учету затрат и калькулированию себестоимости продукции (товаров, работ, услуг) в областных республиканских унитарных предприятиях электроэнергетики, входящих в состав государственного производственного объединения электроэнергетики «Белэнерго» дана трактовка понятия «затраты»: затраты – стоимость ресурсов, приобретенных и (или) потребленных организацией в процессе осуществления деятельности, которые признаются активами организации, если от них организация предполагает получение экономических выгод в будущих периодах, или расходами отчетного периода, если от них организация не предполагает получение экономических выгод в будущих периодах.

Международные стандарты бухгалтерского учета, финансовой отчетности и аудита трактуют «расходы» следующим образом: расходы – это сокращение экономических выгод, которое выражается в уменьшении или потере стоимости активов или увеличении обязательств, приводящих к уменьшению собственного капитала (исключая изъятия собственников из уставного капитала). При отражении расходов действует правило