

А.Г. Барановский, к.э.н., доц.;
(Белорусско-Российский университет, г. Могилев, Беларусь)
С.Н. Гнатюк к.э.н., доц.

(Могилевский государственный университет им. А.А. Кулешова, г. Могилев, Беларусь)
ЛОГИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Устойчивость объекта во всех сферах научных исследований и в практической деятельности определяется его способностью противодействовать воздействию внешней среды, сохранять свои основные свойства, восстанавливать заданные параметры. С учетом этого устойчивость предприятия – это его способность:

- поддерживать стабильный и равномерно возрастающий выпуск продукции;
- своевременно и в полном объеме осуществлять платежи по обязательствам;
- сохранять высокий кредитный рейтинг;
- адаптироваться к изменяющимся условиям рынка;
- восстанавливать позиции на рынке после форс-мажорных неблагоприятных воздействий.

Критериями устойчивости предприятия, на наш взгляд, являются:

- стабильный объем выпуска продукции посредством механизмов самоорганизации и саморегулирования,
- приверженность покупателей к продукции предприятия,
- значительная доля рынка,
- диверсификация продукции в интересах потребителей,
- охват нескольких рынков,
- наличие конкурентных преимуществ,
- наличие резервов,
- участие в союзах и объединениях предприятий,
- сотрудничество с государством.

В соответствии с концепцией ООН устойчивого развития экономики и соответствующей Национальной стратегии Республики Беларусь предприятие призвано уделять должное внимание трем направлениям развития: экономическому, социальному и экологическому. В то же время, очевидно, что экономическое развитие является приоритетным, так как генерирует ресурсы и для двух других направлений развития.

Устойчивое развитие предприятия – это поступательное прогрессивное (с преодолением возможных кризисов) в течение его жизненного цикла экономическое (расширение масштабов деятельности и повышение организационно-технического уровня производства) и социальное развитие (рост человеческого капитала и трудового потенциала каждого работника) при сохранении и увеличению уровня экологичности (безотходности) производства и социальной ответственности перед обществом [1].

Для характеристики устойчивого развития предприятия можно рассматривать следующие критерии: устойчивый и растущий спрос на продукцию предприятия, обоснованные темпы роста объемов производства, непрерывное об-

новление всех сторон деятельности предприятия, гибкость производства, экологическая безопасность, защита информации, устойчивость менеджмента, стабильность и лояльность коллектива [2].

Модели устойчивости устойчивого развития предприятия, по мнению авторов, позволяют выявить несколько ключевых и определяющих направлений деятельности предприятия, которые способствуют разработке и реализации соответствующей стратегии развития. Данные модели, на наш взгляд, должны включать следующие аспекты:

- ограниченное число параметров,
- их обобщающий характер относительно деятельности предприятия,
- объяснение смысла, миссии существования предприятия и его функционирования,
- подбор слов начинающийся на одинаковую букву (в предлагаемой авторами модели буква П).

Так, в предлагаемую модель устойчивого развития предприятия *целесообразно включить семь слов. Пять из них характеризуют функционирование предприятия*: Потребители, Потребности (продукция), Прибыль, Производство, Продажи.

Для характеристики динамики в деятельности (развития) предприятия необходимы еще два параметра (слова):

- адаптация к окружающей среде (Приспособляемость);
- развитие, совершенствование процессов и расширение объемов продаж (Прогресс).

Главной задачей предприятия является удовлетворение определённых потребностей (спроса потребителей) для чего предприятие налаживает выпуск соответствующей продукции. Для выпуска этой продукции предприятие формирует свой производственный (ресурсный) потенциал. На основе планов хозяйственной деятельности и производственных программ посредством процесса производства, в котором происходит взаимодействие и преобразование производственных ресурсов, предприятие достигает требуемого результата (выпуск продукции). Произведенную продукцию предприятие реализует потребителям (продажи) по прямым хозяйственным связям – контрактам (товары производственного назначения) или через сеть распределения (товары народного потребления). Потребители обменивают свои деньги на продукцию предприятия и оно получает определенную прибыль.

Устойчивость предприятия во многом определяется поведением покупателей. В числе покупателей наибольшее значение имеют постоянные покупатели, приверженные его продукции. В конечном итоге они финансируют предприятие и их деньги трансформируются в его прибыль. Расширение круга покупателей повышает устойчивость предприятия и создает предпосылки его развития. Следовательно, ключевой задачей менеджмента предприятия является формирование интереса покупателей к выпускаемой продукции и активная работа с ними для поддержания и укрепления этого интереса.

Для работы с покупателями целесообразно формирование базы данных о покупателях, применение методологии клиентинга, использование методов формирования спроса и стимулирования сбыта, технологий общения с покупателями посредством интернета и мобильной связи.

Покупатели (потребители) приобретают продукцию для удовлетворения определенных потребностей. Предлагаемые предприятиями средства удовлетворения потребностей (изделия и услуги) являются носителями соответствующей потребительской стоимости (предметами потребления). Одновременно они выступают в качестве произведенного продукта определенного уровня качества. Поэтому, при разработке новой продукции предприятие должно начинать с проектирования потребительской стоимости, как совокупности функций предназначенных для удовлетворения в полной мере данной потребности. Для этого целесообразно использовать методику QFD. Затем конструкторы проектируют конкретное изделие, реализующее требуемые функции, а технологи разрабатывают технологию, позволяющую воплотить эти функции в материальном объекте с обусловленным, конкурентным уровнем качества. Но покупателя интересует не только само изделие, но также его денежная стоимость (цена) и отсутствие проблем, связанных с его приобретением и эксплуатацией. Поэтому для предприятия в современных условиях недостаточно внимания к качеству продукции. Покупателя теперь интересует не само изделие, а его потребительская ценность. Императивом вследствие этого является целенаправленная деятельность по формированию предприятием цепочек создания ценностей.

Производство должно обеспечить выпуск требуемой продукции с конкурентными уровнями качества и издержек. При этом должно быть обеспечено использование ресурсов в производстве с высокой эффективностью. Показатели производительности труда, фондоотдачи и коэффициента оборачиваемости должны находиться, по крайней мере, на среднеотраслевом уровне и быть равными или превышать соответствующие уровни основных конкурентов. Для ориентации производства на потребности, интересы и предпочтения покупателей следует использовать концепции гибкого производства и его кастомизации, а также дифференциации продукции. Поэтому, производство должно иметь высокий технико-организационный уровень, который отражает применение современного оборудования и технологий. Для достижения высокой эффективности производства в его организации должны быть реализованы современные концепции: бережливое производство, умная специализация, теория ограничений, система управления оборудованием MES.

Прибыль является результатом успешных продаж конкурентоспособной продукции произведенной с низкими издержками. На формирование прибыли оказывают влияние многочисленные внутренние и внешние факторы. Представляется целесообразным для актуализации внимания к прибыли реализовать систему управления прибылью. Такая система позволит контролировать все прямые (и косвенные) факторы, влияющие на размер прибыли, рассчитывать вклад значимых факторов в прибыль, выявлять важнейшие из них и разрабаты-

вать соответствующие мероприятия по повышению прибыли в кратко- и долгосрочном периодах.

Продажи – это сфера деятельности, в которой находят проявление реализуемые предприятием меры сотрудничества с постоянными и потенциальными покупателями. В тоже время, продажи – это самостоятельная важная сфера хозяйственной деятельности предприятия. Она должна обеспечить предприятию простой и удобный доступ к интересующему его товару, доставку его в место потребления, удлиненную гарантию, послепродажный сервис, удобные формы расчётов.

Устойчивость предприятия предполагает осуществление мероприятий по регулированию его деятельности и адаптацию (приспособление) миссии, стратегий, целей предприятия, его продукции, используемого оборудования и технологии, методов организации и управления к воздействию факторов внешней среды. Для этого должен осуществляться постоянный мониторинг всех процессов производственно-хозяйственной деятельности предприятия и на основе объективной информации приниматься соответствующие решения о необходимых изменениях и корректировках.

Устойчивое развитие предприятия – это также и прогрессивный тип его развития. Отражением прогрессивного развития предприятия является рост объёмов производства при сохранении и увеличении уровня показателей его эффективности. Устойчивое развитие базируется на достигнутом уровне устойчивости предприятия и выводит его на новый уровень. Для обеспечения устойчивого развития на предприятии могут формироваться механизмы и системы управления этим развитием. При этом, следует учитывать положения стандарта ISO 37101 «Устойчивое развитие в сообществах. Система управления для устойчивого развития – Требования и руководства».

Проведенный с использованием предложенной модели анализ закономерностей и процессов устойчивости и устойчивого развития позволяет сделать следующие выводы:

1. Логические модели – общепринятый инструмент анализа различных аспектов деятельности предприятия.
2. Логическая модель устойчивого развития позволяет выявить ключевые аспекты деятельности предприятия, определяющие такое развитие.
3. Приоритетное внимание к ключевым аспектам деятельности способствует устойчивому развитию предприятия.
4. Для обеспечения устойчивого развития необходимо использовать современные технологии и методы работы с потребителями, развития производства, управления прибылью, организации продаж и т. п.

Список использованной литературы

- 1 Гнатюк, С.Н. / Предприятие в контексте устойчивого развития экономики: монография / С.Н. Гнатюк, А.Г. Барановский, Л.В. Наркевич. – Смоленск: Маджента, 2017. – 249 с.
- 2 Гнатюк, С. Н. Конкурентоспособность предприятия: теория, методология, практика: монография / С.Н. Гнатюк, А.Г. Барановский, Л.В. Наркевич – Смоленск, Маджента, 2016 – 180 с.