

УДК 330.16

Логическая модель устойчивого развития предприятия

А. Г. Барановский, С. Н. Гнатюк

Белорусско-Российский университет, Могилев, Беларусь

В статье предпринята попытка разработать модель устойчивого развития предприятия. Такая модель позволяет выявить ключевые звенья производственно-хозяйственной деятельности предприятия, определяющие его устойчивость и устойчивое развитие. На основе этой модели могут быть сформулированы приоритетные направления деятельности предприятия в рамках реализации программы устойчивого развития.

Ключевые слова: *модель, устойчивость, устойчивое развитие, потребности, прибыль, производство, продаж, адаптация, прогресс.*

A LOGICAL MODEL FOR SUSTAINABLE ENTERPRISE DEVELOPMENT

The article attempts to develop a model of sustainable development of the enterprise. This model allows us to identify the key elements of the production and economic activity of the enterprise that determine its stability and sustainable development. On the basis of this model, the priority directions of the enterprise's activities within the framework of the implementation of the sustainable development program can be formulated.

Keywords: *model, sustainability, sustainable development, needs, profit, production, sales, adaptation, progress.*

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, значимая доля рынка, диверсификация продукции в интересах потребителей, охват нескольких рынков, наличие конкурентных преимуществ, наличие резервов, участие в союзах и объединениях предприятий, сотрудничество с государством.

Устойчивое экономическое развитие будет означать положительные прогрессивные изменения в деятельности предприятия, повышение эффективности использования его ресурсов с учётом социальной и экологической доминант. Другими словами, это развитие экономики предприятия не наносящее ущерба окружающей среде и не вызывающее социальных проблем у персонала и потребителей продукции.

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

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.

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. Требования к данной модели, на наш взгляд, должны включать следующие аспекты:

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

Так, в разрабатываемую 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 предприятия необходимы еще два параметра:

- 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 продукции

обменивают свои деньги на продукцию предприятия и предприятие получает определенную прибыль.

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

Для работы с покупателями целесообразно формирование базы данных о покупателях продукции предприятия, применение методологии клиентинга, использование методов формирования спроса и стимулирования сбыта и 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 может использоваться методология 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 на среднеотраслевом уровне и быть равными и 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 технологии. Для достижения высокой эффективности производства в его организации должны быть реализованы современные её концепции: бережливое производство, 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 разрабатывать 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 предприятия позволяет сделать следующие выводы:

1. Логические модели являются общепринятым инструментом анализа различных сторон деятельности предприятия.

2. Логическая модель устойчивого развития позволяет выявить ключевые аспекты деятельности предприятия, определяющие такое развитие.

3. Приоритетное внимание 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.