

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

В.В. Баркова, аспирант

*Научный руководитель – Н.М. Дрозд, к.э.н., доцент
Белорусский государственный университет*

Опасность наступления кризиса существует всегда, и от правильности управления в период кризиса будут зависеть его глубина и последствия. Поэтому необходимо уметь прогнозировать, предвидеть кризисные ситуации, устранять влияние внутренних и, по возможности, внешних причин, которые предопределяют кризисные ситуации. Борьба предприятий за выживание в кризисных условиях требует взаимосвязи организационных, правовых, финансовых и управленческих аспектов. Именно неэффективность управления следует отнести к наиболее характерной для современных предприятий проблеме, препятствующей их эффективному функционированию в условиях сложившихся рыночных отношений [1, с.72].

Проблема неэффективности управления предприятием обусловлена следующими факторами:

- отсутствием стратегии в деятельности предприятия и ориентацией на краткосрочные результаты в ущерб среднесрочным и долгосрочным;
- низкая квалификация и неопытность менеджеров;
- низкий уровень ответственности руководителей предприятия перед собственниками за последствия принимаемых решений, за сохранность и эффективное использование имущества предприятия, а также за финансово-хозяйственные результаты его деятельности.

В качестве показателей, характеризующих кризисное положение предприятий, можно назвать:

- снижение размеров прибыли и рентабельности, в результате чего ухудшается финансовое положение предприятия;
- убыточность предприятия, в результате которой уменьшаются либо полностью истощаются резервные фонды предприятия;

- неплатежеспособность, которая может привести к остановке предприятия.

Антикризисное управление представляет собой комплекс инструментов внешних и внутренних воздействий на предприятие, проявляющее слабые признаки кризисного состояния или уже находящееся в кризисном состоянии [2, с.14].

Эффективность антикризисного управления обуславливается способностью фирмы конструктивно реагировать на изменения, угрожающие ее нормальному функционированию.

Отличительной особенностью антикризисного управления является сочетание стратегического и тактического направлений, оперативная реакция на происходящие изменения во внешней среде, разработка и использование альтернативных вариантов, учитывающих возможные трансформации в экономической, политической, социальной и других сферах. Такой подход позволяет на всех стадиях развития кризисного состояния предприятия, фирмы, корпорации выявить и регулировать взаимосвязь между риском и прибылью предприятия.

Целью антикризисного управления является: разработка и реализация мер, направленных на предотвращение возникновения негативных явлений, приводящих к кризисному состоянию предприятия; обеспечение финансовой устойчивости предприятий на рынке.

Каждое предприятие имеет свои специфические особенности и проблемы развития:

- оценка эффективности текущей деятельности и обеспечение долгосрочной прибыли;
- конкурентоспособность фирмы и повышение конкурентоспособности товаров, а соответственно, и снижение себестоимости производства;
- совершенствование новейших маркетинговых методов продвижения товаров;
- стратегические проблемы выбора направлений деятельности и возможностей фирмы, отвечающим требованиям внешней среды и др.

Для решения вышеуказанных проблем необходимо:

- повышать и совершенствовать конкурентоспособность товаров фирмы;
- повышать производительность труда и улучшать качество производимой продукции;
- побуждать персонал к производству новой усовершенствованной продукции и стремлению получения результатов исследований и нововведений и др.

Чтобы выжить в конкурентной борьбе, предприятию необходим экономический рост, который предполагает увеличение объемов производства продукции. Поэтому, немаловажным моментом является совершенствование организационной структуры управления фирмой, разработка подходов и способов управления фирмой, повышение производительности труда за счет правильного выбора стратегии, улучшение технологии производства, исследование новых областей деятельности в инновационной сфере, разработка стратегии преодоления кризисной ситуации, владение новейшей информацией об изменениях внешней среды и ситуации на рынке.

Выход из тяжелого финансового положения может быть на пути создания конкурентоспособного производства, ориентированного на нужды потребителей. И в этом смысле, конкуренция является не только дестабилизирующим фактором, но и условием выживания предприятия. Конкурентоспособность представляет собой обобщающий критерий эффективности функционирования предприятия, поскольку от достигнутого уровня конкурентоспособности в решающей степени зависят возможности его выживания и развития. Вместе с тем, она напрямую зависит от количества, качества и темпов развития элементов, процессов и взаимосвязей, образующих предприятие как экономическую систему.

Таким образом, перспективным направлением повышения конкурентоспособности предприятия является: стратегическое планирование, разработка стратегического набора, достижение лидирующих позиций на отечественном и зарубежном рынке, а также производство качественных и конкурентоспособных товаров, а на этой основе – развитие производства и наиболее полное удовлетворение социальных нужд потребителей.

Для укрепления позиций страны и эффективного функционирования предприятий необходимо: оздоровление финансовой и денежно-кредитной систем, проведение стабилизационной политики цен, обеспечение эффективной финансовой деятельности субъектов хозяйствования; нормализация внешнеэкономических отношений, улучшение торгового и платежного балансов, стабилизация курса национальной валюты; усиление мер государственного регулирования, повышение управляемости и т.д.

Список использованных источников

1. Алексеев Н. Управление предприятием в кризисной ситуации // Проблемы теории и практики управления. – 1997. – №6. – С.72

2. О.А. Уткин. Антикризисное управление. М., 1997. – С.14

3. Мацкевич В. О некоторых последствиях глобального финансового кризиса на экономику Беларуси // Бизнес пресс. – 2008. – №3–4. – С. 31-33.