

*Н.В. Терешкевич, 4 курс
Научный руководитель – О.В. Володько, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет*

Актуальность темы обусловлена тем, что современная внешняя среда предприятий характеризуется чрезвычайно высокой степенью сложности, динамизма и неопределенности. Способность приспосабливаться к изменениям во внешней среде - основное условие в бизнесе и других сферах жизнедеятельности. Более того, во все возрастающем числе случаев - это условие выживания и развития. Предприятие должно, с одной стороны, постоянно осознавать новый характер изменений в окружающей среде и эффективно на них реагировать. С другой стороны, необходимо иметь в виду, что само предприятие генерирует изменения во внешней среде, выпуская новые, например, виды товаров и услуг, используя новые виды сырья, материалов, энергии, оборудования, технологий. Данная тема является актуальной еще и потому, что в новом тысячелетии наша страна должна научиться жить в условиях рыночной экономики, важнейшим условием этого является высококвалифицированные управленцы. Умение выделить и проанализировать элементы организации и внешние факторы является залогом успеха каждого предприятия.

Сегодня СП ОАО «Брестгазоаппарат» - это производитель бытовой техники с полувековой историей производственной деятельности. СП ОАО «Брестгазоаппарат» работает с 1951 г и является ведущим производителем газовых плит в СНГ.

На протяжении всего своего существования, предприятие «Брестгазоаппарат» работало достаточно успешно, выполняя намеченные плановые показатели и решая задачи социального характера. Необходимо отметить, что предыдущие успехи предприятия не разовые и не случайные, а закономерный итог постоянных и грамотных усилий руководства и коллектива. И все это благодаря выбранной правильной стратегии развития предприятия (стратегии роста и инвестиционной стратегии), а также использования благоприятных для предприятия возможностей, выявленных в результате проведения анализа внешней среды (*рост спроса на продукцию; диверсификация выпускаемой продукции*) и сильных сторон, выявленных в результате анализа внутренней среды (*высокое качество продукции, известность торговой марки, широкая инвестиционная политика*).

В настоящее время СП ОАО «Брестгазоаппарат» является лидером в СНГ по выпуску бытовой кухонной аппаратуры. По оценке российских и зарубежных консалтинговых компаний доля рынка «GEFEST» самая большая и колеблется от 18 до 20%. Ежегодно 85% выпущенной продукции реализуется на экспорт. Наибольший удельный вес в структуре реализации продукции СП ОАО «Брестгазоаппарат» занимает рынок Российской Федерации, на ее долю приходится более 70% экспортируемой продукции.

Стратегическими направлениями для предприятия были и остаются *рост производственных мощностей, выпуск конкурентоспособной продукции, обеспечение социальных гарантий работникам завода*.

На протяжении последних лет на предприятии продолжается процесс динамичного развития технического уровня предприятия с внедрением современного прогрессивного автоматического и специального оборудования и новых технологических процессов. Инвестиции по головному предприятию ежегодно составляют около 10,7 млрд. бел. руб., по дочерним предприятиям (УП «Гефест-Техника» и УП «Гефест-Кварц») - 6,4 млрд. бел. руб.

Направления использования инвестиций по головному предприятию:

1. технологическое оборудование, транспортные средства - 6,8 млрд. руб.
2. строительные-монтажные работы - 3,9 млрд. руб.

Большой вклад в дело автоматизации и механизации ремонтных процессов, во внедрение работ по новой технике и передовой технологии вносят рационализаторы.

Лучшими техническими разработками признаны:

-«Изменение технологии раскроя детали «Крышка плиты». Экономический эффект от этого новшества составил 43,1 млн. рублей;

-«Изменение схемы раскроя с реконструкцией штампа на деталь «Шайба зубчатая». Экономический эффект составил 23,5 млн. рублей.

Одним из слагаемых успеха торговой марки Gefest является то, что в условиях жесткой конкуренции предприятие провело широкую диверсификацию и вместо выпуска одной модели с тремя модификациями наладил выпуск нескольких базовых моделей со многими десятками модификаций. Предприятие выпускает свыше 80 модификаций плит.

Вместе с тем, предприятие «Брестгазоаппарат», как и другие белорусские производители, работает в сложных условиях реально существующей экономики страны со всеми ее проблемами. Но практика показывает, что даже без внешних инвестиций можно развивать производство, осуществляя рациональную маркетинговую политику и опираясь на эффективный менеджмент, а главное, разработав при этом правильную стратегию развития.

Таким образом, для наращивания объемов производства, а также для повышения конкурентоспособности в целом можно выделить следующие мероприятия, которые должны проводиться на предприятии «Брестгазоаппарат»:

1. Технологические мероприятия по рациональному использованию сырья и материалов;

2. Мероприятия по изменению конструкции изделий, направленные на снижение себестоимости, в том числе замена комплектующих, приобретение более дешевых комплектующих по импорту;

3. Мероприятия по энергосбережению;

В целом, формирование конкурентоспособности предприятия требует изучения состояния конкурентной среды. Для этого более целесообразно проводить мониторинг конкурентной среды.

Необходимо отметить, что очень важным для предприятия является способность своевременно и с наименьшими затратами реагировать на изменения среды, главным среди которых в условиях конкурентной внешней среды необходимо признать изменения требований и предпочтений потребителей. Поэтому необходимо обеспечить *гибкость производственной системы, гибкость системы управления, гибкость материального обеспечения и сбытовой политики, гибкость финансов предприятия.*

Например, повышение гибкости *материального обеспечения и сбытовой политики* позволит предприятию «Брестгазоаппарат» избежать неблагоприятных изменений в портфеле заказов, потерь долгосрочных контрактов, вынужденных остановок и нарушений производственного процесса.

Рост гибкости финансов «Брестгазоаппарата» будет означать повышение конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности, предотвратит вынужденное использование источников финансовых ресурсов на невыгодных условиях.

Таким образом, анализ внутренней и внешней среды необходим для того, чтобы определить дальнейшую стратегию развития предприятия. Каждую стратегию предприятие должно описать в документах и довести до каждого сотрудника. Наличие открытой и доступной к пониманию стратегии позволяет объединить и направить усилия. Не только руководитель или владелец, но и все сотрудники должны знать цель, к которой движется предприятие в своем развитии, а также стратегию, разработанную для ее достижения. Если после достижения очередной цели предприятие не поставит перед собой новую, то его оттеснят более целеустремленные конкуренты. Самое сложное в лидерстве — сохранить его как можно дольше. Стратегия лидерства поможет предприятию «Брестгазоаппарат» этого добиться.

Список использованных источников

1 Дым, Н. «Гефест»: высокая марка, проверенная временем: история рождения белорусской плиты/ Н.Дым, И.Орлова//НАРОДНАЯ ГАЗЕТА.- 2006.- 17февр.- С.2.

2 Кузнецова, О. Рискованные преимущества «Гефеста»/О.Кузнецов//Экономическая газета.-2009.-№74.-С.2.