

ориентация систем обслуживания на потребителя, умение и желание покупателей сотрудничать.

*Щемелева Е. В.
БНТУ (Минск)*

БЮДЖЕТИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК МЕТОД УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМ СОСТОЯНИЕМ ПРЕДПРИЯТИЯ

В связи с необходимостью формализации управления финансовым состоянием (ФС) в условиях нестабильности внешней среды, предлагается использовать модель управления ФС на основе бюджетирования его деятельности. Под бюджетированием понимается система тотального планирования и контроля целей, потенциала, мероприятий и ресурсов, необходимых для их достижения.

Модель управления ФС на основе бюджетирования объединяет четыре основных элемента системы управления:

- бюджетирование, позволяющее анализировать прошлое, увидеть состояние предприятия «завтра» и исходя из этого, действовать «сегодня»;
- определение ограничений и накопление систематизированной информации, увеличивающее ценность отдельного финансового показателя по мере накопления других;
- проведение финансового анализа и интерпретация его результатов для менеджеров;
- контроль результатов и регулирование деятельности структурных подразделений через бюджетирование после каждого этапа и всего цикла управленческого процесса.

Первым этапом реализации модели должна быть постановка нескольких актуальных для предприятия операционных задач.

Второй этап. Постановка бюджета движения денежных средств, необходимого для обеспечения текущей устойчивости предприятия.

Третий этап. Формирование бюджета по балансовому листу, характеризующего обязательства и вложения предприятия по основным счетам активов и пассивов. Он является проверкой бюджета доходов и расходов и бюджета движения денежных средств. Затем строится налоговый бюджет и проводится финансовый анализ планируемого ФС, и при необходимости в бюджеты вносят коррективы. Для построения законченной модели необходимо вести план-фактный контроль выполнения бюджетов, сравнивая результаты с запланированными показателями. Так возникает определенная, хотя и не строгая последовательность настройки системы бюджетирования.

Для организации бюджетирования необходимо определиться с составом и структурой информации, порядком ее подготовки и перемещения внутри предприятия. Для определения порядка такого перемещения информации нужно спроецировать процессы бюджетирования (с их входами и выходами) на организационную структуру предприятия. Организационным оформлением этого является разработка соответствующих положений и регламентов их актуализации.

Щерба Т. П., Рязанцева Н. В.

*ЗАО «Солигорский Институт проблем ресурсосбережения
с опытным производством» (Солигорск)*

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОРНОГО МАШИНОСТРОЕНИЯ

Реальные возможности предприятия для нормальной работы и покрытия долга связываются в первую очередь, с правильным выбором конкурентоспособной стратегии, нацеленной на обеспечение долгосрочных преимуществ хозяйственных подразделений. В условиях дефицита инвестиционных ресурсов, ограниченного платежеспособного спроса на внутреннем рынке, снижения технического уровня машиностроительного производства наиболее целесообразным является обращение к стратегии “заполнения ниши внутреннего рынка” – на основе организации разработки производства продукции под конкретный спрос. В последующем, при стабилизации финансового положения, целесообразен переход к инновационной стратегии, предполагающей выход предприятия на внешний и внутренний рынок с новой продукцией.

Важное значение при этом приобретают активные маркетинговые исследования. Дело в том, что восстановление платежеспособности возможно лишь при условии стабильной и полной загрузки производства в объемах, превышающих точку безубыточности по выпуску готовой продукции. Работа в таком режиме позволяет возобновлять оборотные средства, осуществлять текущие платежи и выплачивать заработную плату. Отсюда приоритетный характер приобретает задача полной загрузки производства за счет установления новых и восстановления ранее утраченных связей с потребителями; увеличения доли долгосрочных заказов с крупнейшими потребителями; сокращения объемов продукции, поставляемой посредническим фирмам; установления контрактов с иностранными производителями с целью создания совместного производства.

Учитывая потребности внутреннего рынка, а также повышенное внимание и интерес ряда развитых стран к ресурсодобывающим отраслям стран СНГ, спрос на горношахтное оборудование будет расти. Кроме того,
