

форма собственности, что связано с более мягкими бюджетными ограничениями для государственных предприятий. В настоящее время технический и технологический уровень отечественных предприятий очень низок. Поэтому для большинства из них реструктуризация должна быть связана с внедрением новой техники и прогрессивных технологий, что требует значительных денежных ресурсов. Невозможность получения кредитов, низкая вероятность реализации неиспользуемого имущества, отсутствие государственной поддержки реструктуризационных преобразований, по сути, делают иностранные инвестиции единственным источником проведения реструктуризации. Получение иностранных инвестиций дает возможность предприятию выйти из кризисной ситуации и эффективно функционировать какое-то время. Однако для достижения главной цели реструктуризации, а именно обеспечения его конкурентоспособности на длительное время, существенную роль играет степень успешности внедрения современного менеджмента. Время обнаружения кризисной ситуации также является одним из факторов, определяющих эффективность реструктуризации. Немаловажное значение принадлежит очередности внедрения мероприятий по преобразованию предприятия. В экономической литературе все направления реструктуризации рассматриваются как равнозначные. Однако в зависимости от временного этапа реструктуризации приоритетность того или иного направления изменяется. На ранних этапах реструктуризации наиболее приоритетными направлениями являются кадровое, имущественное и финансовое; для среднесрочной — управленческое и организационно-правовое; долгосрочная реструктуризация чаще всего предусматривает внедрение инвестиционных проектов (производственное направление).

Зависимость реструктуризации от множества факторов, дает основание предположить, что количество отечественных предприятий эффективно осуществивших реструктуризацию будет значительно ниже.

*О.В. Володько*, канд. экон. наук  
БГЭУ (Пинск)

## **ФОРМИРОВАНИЕ МОДЕЛИ ПРОДУКТОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Производственное развитие предприятия связано с выбором различных стратегий: продуктовой, технологической, в области

исследования и развития, инновационной, кадровой и др. Определение главных направлений продуктовой стратегии, их согласование и обеспечение условий эффективной реализации составляют основу производственного развития предприятия. Новизна и высокий технико-экономический уровень выпускаемой продукции промышленных предприятий способствуют успешному экономическому развитию всех отраслей экономики.

Поэтому правильно выбранная продуктовая стратегия предприятий позволяет работать на различных рынках с различными товарами и служит основой ускоренного технического перевооружения производства отраслей народного хозяйства; широкого внедрения прогрессивной техники и технологий, обеспечивающего повышение производительности труда, экономию материальных ресурсов, улучшение условий труда, охрану окружающей среды.

Особенностью продуктовой стратегии предприятия является выбор оптимальных направлений диверсификации производства, которые отвечают новым экономическим условиям и заставляют предприятие искать наиболее выгодные сферы приложения созданного производственного потенциала.

Главное место в решении проблемы ориентации предприятий на производство высокоэффективной техники принадлежит экономике обновления продукции. Во-первых, главным инструментом обеспечения соответствия качества и объема потребительных стоимостей общественным потребностям является обновление выпускаемой продукции. Во-вторых, обновление продукции является ключевым элементом научно-технического процесса, включая, с одной стороны, как его результаты, и с другой, как его основа — условие обновления производственного аппарата.

Наиболее важной особенностью современного производства становится его динамичность, поэтому возникает необходимость обеспечения приспособленности действующего производства к изменениям, диктуемым различными условиями. Решение указанной проблемы возможно при условии гибкости процесса обновления выпускаемой продукции.

Начальными этапами разработки гибкого процесса обновления выпускаемой продукции на предприятии является интерный и экстерный анализы.

Главной целью *экстерного анализа* (внешних факторов) является научное обоснование производственной политики предприятия: что производить? как сделать, чтобы товары находили скорейший сбыт? Поэтому надо при анализе учесть все внешние факторы, которые имеют влияние на обновление продукции. Та-

кими факторами являются: развитие внутреннего и внешнего рынков, пожелания заказчиков, предприятий сбыта, информация торговых фирм, работа зарубежных фирм-конкурентов в данной области, тренд продажи или использование товара, уровень цен на данные товары, тренд жизненного уровня населения.

*Интерный (внутренний) анализ* определяет возможности предприятия по отношению к результатам экстерного анализа. В результате интерного анализа должен быть четко определен собственный потенциал предприятия, его техническая база, кадровый потенциал, финансовые возможности и т.п. Осуществление данных видов анализа на каждом предприятии дает важный инструмент для разработки продуктовых программ.

Отличительной особенностью процесса обновления продукции предприятий является многовариантность его осуществления. В связи с этим, возникает необходимость выбора оптимального варианта обновления продукции. Решение данной проблемы требует учета всех факторов и различных условий протекания исследуемого процесса, позволяющих принять обоснованное решение.

В настоящее время информационные средства поддержки принятия решений предлагают для решения этой проблемы целый ряд достаточно эффективных подходов. Один из них—имитационное компьютерное моделирование.

В условиях перехода к рыночной экономике имитационное моделирование получает все более широкое распространение для исследования и решения различных экономических проблем. Преимущества в использовании такого подхода заключаются в возможности комплексного исследования, системного изучения какого-либо теоретического предложения в изменяющихся условиях исследуемого экономического процесса.

Использование имитационного моделирования при решении выбора различных вариантов производства продукции позволяет исследовать различные направления производственного развития предприятия. Оно позволяет изучить сложные взаимодействия между элементами процесса обновления, выявить влияние одних факторов на другие, разработать оптимальное направление в продуктовой стратегии предприятия. Имитационное моделирование представляет возможность широкого варьирования значениями выбранных параметров технико-экономического уровня продукции, их различными тенденциями изменения во времени, позволяющих исследовать эффективность различных альтернатив процесса обновления и различных вариантов развития производственной базы. Такой подход дает возможность своевременного принятия решения об оптимальных изменениях то-

варного ассортимента, необходимости поиска новых рынков, разработки новых изделий, уточнения ценовой, сбытовой и коммуникационной политики предприятия.

Таким образом, предлагаемый подход к формированию модели продуктовой стратегии предприятия с помощью имитационного моделирования будет способствовать разработке и внедрению экономически обоснованных направлений производственного развития предприятия.

*С.В. Панькова*  
БГЭУ (Минск)

## **О ВОЗМОЖНОСТЯХ ПРИМЕНЕНИЯ МОДЕЛЕЙ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ АКЦИОНЕРНЫМИ ОБЩЕСТВАМИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Одной из самых актуальных послеприватизационных проблем для многих государств СНГ, в том числе и РБ, стала проблема корпоративного обустройства экономики. Факты свидетельствуют о том, что хозяйственная практика субъектов хозяйствования и реальная экономическая действительность существенно опережают законодательную базу, в то время как отсутствие нормативно-правовых актов сдерживает развитие корпоративного сектора экономики. Если в мировой практике такие понятия, как “корпорация”, “корпоративное управление и контроль” считаются юридически хорошо проработанными, то в “Гражданском кодексе Республики Беларусь” не предусмотрено даже их определение. Формально-юридические акты, сопровождающиеся передачей собственности государства (предприятий) в руки трудовых коллективов с последующим присвоением им (предприятиям) статуса акционерных обществ (АО), еще не означают существенного сдвига в формировании рыночных отношений общества. Развитие последних во многом зависит от того, насколько предприятия готовы и в состоянии быть рыночным по принципам самоорганизации и деятельности.

Очевидно, рыночные отношения в стране будут формироваться быстрее, если в повседневную производственную практику новых субъектов хозяйствования (АО) ввести такой термин, кстати уже существующий в других странах СНГ, как корпоративное управление. Корпоративное управление представляет собой совокупность целей, механизмов и процедур реализации акционера-