

Для расширения аналитических возможностей программы разработан набор бланков, позволяющих проанализировать финансовую деятельность предприятия по пяти основным формам финансового анализа: по бухгалтерскому балансу; по отчету о прибылях и убытках; по отчету о движении капитала; о движении денежных средств; по приложению к бухгалтерскому балансу.

Сравнение возможностей и параметров стандартных версий программ «1С», «Инфо-Бухгалтер 8.4» и программного конструктора «Инфо-Предприятие», получивших наибольшее распространение на предприятиях Республики Беларусь, проводили по ведению плана счетов; журнала хозяйственных операций; налогового учета; работы в сети и составлению отчетов, времени, затрачиваемого на перестройку программ, обучение персонала на работе с программами.

Оценка эффективности использования этих программ автоматизации бухгалтерского учета на малом предприятии ООО «ДАН», позволила сделать вывод, что наибольшую эффективность из них, по критериям стоимости программного обеспечения, простоты освоения и работы с ними, показал программный конструктор «Инфо-Бухгалтер».

Использование этой программы на малых и средних сельскохозяйственных предприятиях Республики Беларусь любой формы собственности позволит снизить затраты на организацию бухучета и управление предприятием.

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ВЫБОРУ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Казакевич Л.А.,

к. ф.-м. н., доцент,

Белорусский государственный аграрный технический университет, г. Минск

Реформирование сельскохозяйственных организаций обострило вопрос о сохранении или изменении их специализации. Сегодня уже ясно, что ряд сельскохозяйственных производственных кооперативов не сможет эффективно осуществлять свою деятельность, если не найдет новых инновационных подходов. В изменяющихся условиях ведения бизнеса эта проблема может быть разрешена только на основе стратегического подхода. Он предполагает:

- выживание сельскохозяйственных организаций в долгосрочной перспективе посредством установления динамичного баланса с окружением, позволяющего решать проблемы заинтересованных в их деятельности лиц;
- взгляд вовне организации, поиск новых возможностей в конкурентной борьбе, отслеживание и адаптация к изменениям во внешней среде;
- ориентация на долгосрочную перспективу;
- построение системы управления с учетом информационных потоков;
- своевременность и точность реакции на запросы рынка и внедрение инноваций в соответствии с требованиями окружения;
- принятие решений о поведении организации в текущий момент, который одновременно рассматривается и как начало ее будущего состояния.

Для успешного выживания в усложняющихся рыночных условиях при планировании своей деятельности и выборе специализации сельскохозяйственным организациям не следует исходить из того, что окружение либо вообще не будет меняться, либо в нем не будет происходить качественных изменений. Нельзя разрабатывать

программы действий на основе анализа внутренних возможностей и ресурсов, не учитывая возможности и желания потребителей, а также поведение конкурентов. Внимание должно быть сконцентрировано не на объемах и издержках производства, а на том, какое количество производимой продукции может быть реализовано, на каких рынках и по какой цене. Фактически речь идет о том, что для обеспечения своего выживания в долгосрочной перспективе сельскохозяйственная организация должна иметь соответствующую специализацию и производить продукцию, которая стабильно будет находить покупателей. Эта продукция должна иметь конкурентные преимущества, то есть она должна быть необходима и интересна покупателю, привлекать его сильнее, чем аналогичная или схожая по потребительским свойствам продукция, производимая другими предприятиями.

Для создания конкурентных преимуществ чаще всего используется ценовая стратегия. При этом, внимание должно быть сосредоточено на рациональном ведении дел на основе накопленного опыта, экономии за счет снижения издержек на единицу продукции при росте объема производства, оптимизация внутрипроизводственных связей и т.д. Важную роль играет также географическое месторасположение предприятия, позволяющее добиться снижения издержек за счет использования местных особенностей.

Решая вопрос о специализации предприятия, не следует забывать и о дифференциации, то есть придании производимой продукции чего-то отличительного, необычного, что может понравиться потребителю. Это обычно способствует расширению объема продаж либо стабилизирует колебания спроса на рынке, если проведено серьезное изучение интересов потребителей, их предпочтений и критериев.

Специализация организации, определяя то, для чего она создана и существует, ориентирует в едином направлении интересы и ожидания тех людей, которые воспринимают организацию изнутри, и тех, кто воспринимает организацию извне. Предназначение организации определяет действия, которые она намеревается осуществлять, и то, какого типа организацией она намеревается быть. Вообще говоря, предназначение организации может меняться в зависимости от возможных изменений внутри организации и во внешней среде.

При определении специализации организации должны учитываться интересы различных групп людей, так или иначе связанных с организацией и вовлеченных в процесс ее функционирования. Это, в первую очередь, собственники организации, создающие, приводящие в действие и развивающие ее. Не менее важно учитывать интересы персонала, который своим трудом непосредственно обеспечивает деятельность организации, а также потребителей продукции, деловых партнеров, общественности и государства. Однако степень проявления интересов каждого из них зависит от размеров организации, ее месторасположения и отрасли.

Специализация организации должна определяться также с учетом следующих факторов:

- история организации, в процессе которой формировался профиль и стиль ее деятельности, место на рынке;
- стиль поведения и способ действия собственников и персонала;
- состояние внешней среды, окружения;
- ресурсы, которые организация может использовать в своей деятельности;
- возможности в сфере инноваций, доходов, работы с потребителями, социальная ответственность.

Правильно выбранная специализация организации обеспечивает:

- определение сферы деятельности (на создание какой продукции будет ориентирована организация, что она будет производить и предлагать потребителям);

- конкретизацию возможностей и способов осуществления деятельности (в чем сила организации и ее перспективы в долгосрочном периоде, какими способами и с помощью каких технологий она будет осуществлять свою деятельность, какие для этого имеются инновации и ноу-хау);

- установление целевых ориентиров (на решение каких задач будет направлена деятельность организации, к чему она будет стремиться в долгосрочной перспективе);

- формирование миссии и имиджа организации (что представляет собой организация для субъектов внешней среды, какова ее философия, ценности и принципы).

При решении вопроса о специализации организации надо иметь в виду, что она должна удовлетворять достаточно жестким требованиям:

- реальность. Специализация не должна выходить за предельные возможности предприятия, быть реально осуществимой. Но в тоже время в ней должен быть заключен определенный вызов для работников;

- гибкость. Специализация должна формироваться таким образом, чтобы оставлять возможность для ее корректировки в соответствии с изменениями, которые могут произойти, с появлением у организации новых возможностей;

- конкретность. Специализация должна позволять однозначно определить, в каком направлении развивается организация. Должно быть четко зафиксировано, что будет получено в результате ее деятельности;

- совместимость. Специализации должны соответствовать миссия и цели организации, устанавливаемые по различным направлениям (доходы, работа с клиентами и персоналом, социальная ответственность);

- приемлемость для основных субъектов влияния, определяющих деятельность организации.

Процесс формирования специализации организации включает в себя четыре основных этапа.

1. Анализ существующей специализации. Он проводится по внешним и внутренним факторам. К внешним факторам могут быть отнесены: размах и направленность деятельности организации, характер последних приобретений и продаж собственности, возможности и отношение к внешним угрозам. Внутренние факторы – это ресурсы и их распределение, отношение к хозяйственному риску, концентрация усилий в области инноваций, уровень развития отдельных функциональных сфер (маркетинг, производство, кадры, финансы и т.д.).

2. Анализ портфеля продукции. Он включает анализ структуры, динамики и качества как отдельных элементов бизнеса, осуществляемого организацией, так и их совокупности. Анализу подвергается также степень разнообразия производимой продукции, реализуемой на рынке. Разрабатывается сценарий наиболее желательного развития организации.

3. Выбор специализации. Он осуществляется с учетом результатов анализа существующей специализации и портфеля продукции на основе анализа ключевых факторов, характеризующих состояние организации: состояние отрасли и позиция организации в отрасли, интересы высшего руководства, финансовые ресурсы, квалификация персонала, обязательства организации, степень зависимости от внешней среды.

4. Оценка выбранной специализации. Она направлена на выяснение правильности и достаточности учета при выборе специализации основных факторов, определяющих возможности ее осуществления.

РУСПП «1-я Минская птицефабрика» является сельскохозяйственной организацией, которая в полной мере реализовала стратегический подход при определении своей специализации. Система планирования и структура менеджмента построены таким образом, чтобы обеспечить выработку долгосрочной стратегии в конкурентной

борьбе. Серьезное внимание уделяется деятельности отдела маркетинга по исследованию новых рынков и обоснованию целесообразности создания новых продуктов (например, яиц йодосодержащих и с цветной скорлупой), а также их переработки. Для увеличения объемов продаж птицефабрика осваивает рыночные ниши в России, Украине, Чехии, завоевывает новые рыночные сегменты в Беларуси; открыты торговые дома в Гомеле и Молодечно; расширяется фирменная торговля, активизируется участие в ярмарках, конкурсах, выставках. По результатам работы за 2004 год РУСПП «1-я Минская птицефабрика» признана лучшим предприятием года, специализирующимся в производстве яиц.

НОВЫЕ АСПЕКТЫ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА ИНТЕГРАЦИИ В КАРТОФЕЛЕВОДСТВЕ

Кашанская И.П.,

преподаватель,

Белорусский государственный экономический университет, г. Минск

В картофелеводстве, как и в других отраслях сельского хозяйства, необходимость новых форм обмена с промышленностью, установление между ними качественно новых межотраслевых связей определяются не только возрастающим применением промышленных орудий и средств, но и потребностью в промышленной переработке картофеля в полуфабрикаты и готовые к употреблению продовольственные продукты в соответствии с изменением потребительского спроса. Такая форма организации всех стадий технологического цикла (производство, хранение, переработка и реализация) приближает все производственные единицы системы семеноводства к потребителю посредством перерабатывающей промышленности и торговой сети, зондирует его вкусы и предпочтения и реагирует на их изменения выведением новых сортов, обладающих комплексом требуемых свойств.

Центральным звеном, от которого зависит эффективное развитие картофелепродуктового подкомплекса в целом, является семеноводство. Одна из основных причин спада производства качественного семенного картофеля в Республике Беларусь состоит в том, что отдельные звенья семеноводства (оригинальное, элитное, репродукционное) разобщены организационно, экономически и методически, что сказывается на качестве и стоимости семенного картофеля. Из-за отсутствия качественного семенного материала ослабляется или сводится на нет роль других факторов интенсификации картофелеводства – удобрений, полива, средств защиты растений, современных технологий, агроклиматических условий.

Специфика процессов, происходящих в экономике, организации и управлении картофелепродуктового подкомплекса (КПП), требует переосмысления устоявшихся позиций и подходов к вопросам совершенствования связей производителей и потребителей семенного, продовольственного картофеля и картофелепродуктов.

Экономическая интеграция предприятий сельского хозяйства, перерабатывающей промышленности АПК и других его отраслей все в большей мере будет выступать в своей специфической форме агробизнеса, предполагающего свободу и самостоятельность, риск и коммерческий расчет, использование благоприятных возможностей для получения прибыли.

В условиях перехода к рынку интеграционный процесс в семеноводстве картофеля и картофелеводстве в целом неизбежен. Однако этот процесс в республике находится на стадии становления и развития, поэтому наибольший интерес представ-