

ПЕРЕОРИЕНТАЦИЯ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПРЕДПРИЯТИЙ В РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ

О.В. Воронкова, С.А. Санинский

ГОУ ВПО «Тамбовский государственный технический университет», г. Тамбов; ГОУ ВПО «Саратовский государственный социально-экономический университет», г. Саратов

Рецензент Б.И. Герасимов

Ключевые слова и фразы: портфель заказов; промышленное предприятие; рыночный механизм; товарный рынок.

Аннотация: Рассматривается влияние рыночных механизмов на формирование производственной программы предприятия. Исследуется трансформация системы планирования на предприятии под воздействием изменений рыночных факторов.

Организация производства необходимой рынку продукции означает не только возможность получения прибыли от производства уже освоенной продукции, но и предполагает изменения в планировании по выпуску конкурентоспособной продукции.

Реализация программы производства продукции происходит в сочетании с прямым регулированием производства уже освоенной или диверсифицируемой продукции.

Основной функцией рынка является воздействие на конкурентоспособность предприятия, снижение затрат, повышение качества производимых товаров и ускорение процессов диверсификации при выпуске пользующейся спросом продукции. При этом следует отметить, что в современном мире рынок не является монопольной системой регулирования пропорций воспроизводства. На макроэкономическом уровне осуществление крупных научно-технических, социальных и экономических программ, создание и функционирование производственной и социальной инфраструктуры являются объектами регулирования со стороны правительства и государственных структур.

Таким образом, рыночный механизм, основанный на экономических показателях с рассчитанными на их основе показателями материалоемко-

Воронкова О.В. – доктор экономических наук, профессор кафедры «Маркетинг» ТамбГТУ, г. Тамбов; Санинский С.А. – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Маркетинг» СГСЭУ, г. Саратов.

сти и трудоемкости изготовления продукции, уровень которых вуалируется опережающим ростом цен, вымыванием дешевого ассортимента и расширением повторного счета предметов труда, не обеспечивает ускорения социально-экономического развития страны в рыночных условиях.

Диспропорции, вызванные несоответствием уровня потребления и предложения промышленных товаров, обуславливают необходимость развития гибких рыночных механизмов. В то же время большое распространение получают рыночные факторы, хозяйственный механизм усиливается свободными ценами (договорными, с различными надбавками и т.д.), что дает стимул к выпуску конкурентоспособной продукции.

Любое промышленное предприятие удовлетворяет своей продукцией определенную часть потребностей на рынке, поэтому соответствие промышленного производства рыночным потребностям может быть достигнуто не только общеэкономическими макропропорциями, но и громадной сетью микропропорций, которые окончательно «притирают», уточняют сложившиеся материальные потребности, включая взаимосвязь платежеспособного спроса населения с производством продукции. Это достигается через рыночную реализацию продуктов предприятий. Установление эффективных микропропорций, влияющих на натурально-вещественную и стоимостную стороны продукта, возможно только на основе конкурентно-состязательного рыночного механизма.

Базой для установления теории и практики планирования на всех уровнях управления экономикой послужил теоретический и практический опыт нашей страны, который был успешно адаптирован к рыночным условиям хозяйствования и в дальнейшем значительно усовершенствован.

В настоящее время отечественные промышленные предприятия работают в совершенно новых рыночных условиях: на лицо диктат потребителя, экономическая самостоятельность и ответственность за результаты работы, изменены экономические взаимоотношения с государственными органами.

Огромная и ничем не заменимая роль рынка в развитии экономической системы связана с выполняемыми им функциями. С помощью рынка создается система обратных связей в экономике. Механизм обратных связей есть непереносимое условие устойчивости и эффективности любой рыночной системы, какой и является экономика, развивающаяся в соответствии с объективными законами.

С развитием рынка неразрывно связано внедрение в систему экономических связей элементов конкурентоспособности. Только их развитие может обеспечить ориентацию производства на удовлетворение потребностей и минимизацию затрат. В условиях конкурентоспособности производство ориентируется на запросы потребителей, способно к постоянному обновлению, улучшению характеристик свойств и качества продукции.

Механизм управления конкурентоспособностью должен обеспечить выбор необходимого оптимального сочетания применяемых методов и распределения функций управления в условиях изменяющейся внешней среды и существующего внутреннего потенциала предприятия, подбор эффективной структуры и формы хозяйствования. Предприятие становится конкурентоспособным в результате комплекса действий, направленных

на создание и удержание конкурентных преимуществ.

Осуществление эффективной деятельности в условиях рыночной конкуренции ориентирует деятельность промышленных предприятий на потребности в производимой ими продукции и платежеспособный спрос, позволяющий осуществлять расширенное воспроизводство, инвестиционную деятельность, обновление технологий.

При этом следует указать, что конкурентоспособность отечественной продукции косвенно подвержена влиянию:

- ограниченности ассортимента продукции – результата низкой мобильности в условиях жесткого производственного цикла и ограниченных возможностей преобразований производств, свойственных применению гибких производственных систем;
- высокого экономического риска, несовершенства нормативно-правовой базы из-за нестабильности институционального характера;
- длительных сроков окупаемости отрасли;
- отсутствия сервисного обслуживания и неудовлетворительной системы маркетинга;
- снижения покупательной способности;
- низкого уровня инвестиций в технологическое перевооружение вследствие отсутствия предпосылок фондирования в стратегию;
- внеэкономических ограничений экспорта и других причин.

Рыночной экономике свойственна быстрая переориентация предпочтений, в силу чего происходит усиление процессов интенсификации и диверсификации на предприятии, что предъявляет особые требования к учету перспектив экономического развития и совершенствованию с данных позиций методологии, технологии и организации оптимального планирования.

Методологические положения отражаются в методиках по разработке плановых показателей, и здесь важно осмыслить возможности использования всех внутренних и внешних факторов, воздействующих на предприятие.

При этом особое место отводится систематизации методологических принципов как основе совершенствования системы управления.

В рыночных условиях хозяйствования при постоянно изменяющихся предпочтениях целесообразно воздействовать на задачи управления. Сложность задач управления зависит от выбранной производственной программы, что, например, видно из перечисляемых ниже задач управления производственным процессом, к которым можно отнести: управление подготовкой производства, технико-экономическое планирование, диспетчирование, оперативное управление производством, управление снабжением и комплектацией, управление финансовыми потоками, управление маркетингом, управление вспомогательным производством и т.д.

При современном состоянии рыночной экономики необходима своя специфическая технология планирования на предприятии, требования которой не позволяли бы необъективно определять параметры производственного потенциала, предъявлять необоснованные требования к инвестиционным и финансовым потокам, материальным ресурсам, планировать выпуск продукции, не подкрепленной маркетинговыми рекомендациями.

Данную технологию и организацию планирования необходимо разрабатывать с учетом маркетинговых проработок. Исполнение требований технологий представляет своего рода закон, ответственность, контроллинг, четко сформулированные критерии в принятии стратегических решений, исключающие возможность недобросовестности при обосновании плановых параметров.

Основой данной работы на предприятиях становятся изменение всей системы планирования, отражение ее уровня с учетом непрерывного изменения рыночных факторов. При этих условиях необходимо сконцентрировать внимание на разработке принципиальных проблем и путей долгосрочного развития, переориентировать работу подразделений на перспективное, логически обоснованное, вариантное планирование. Технология планирования должна охватывать обоснование стратегических задач производственного развития предприятия и реализацию приоритетных направлений в структурной, инвестиционной, финансовой, технологической и производственной политике, формировании логической и взаимосвязанной системы параметров, нацеливающих производственную структуру на конечные определенные результаты.

Исследования свидетельствуют, что сейчас на предприятиях принципиально новые процедуры внедряются в технологию и организацию планирования в связи с рыночными преобразованиями. Здесь, по нашему мнению, следует экономически грамотно организовать процесс сверстывания портфеля заказов, формирования планов производства и маркетинговых усилий по реализации продукции. При решении стратегических проблем необходимо учитывать и задачу органичного включения в технологию и организацию планирования тех резервов, которые выявляются в процессе деятельности предприятия.

Так, значительные резервы заложены в потенциале и совершенствовании системы управления. В рыночных условиях организационные факторы становятся главным направлением эффективности производства. Стратегия преобразования в структуре предприятия направлена на поиск наиболее эффективных методов дальнейшего совершенствования. Необходима ориентация на развитие прямых связей как с поставщиками материалов и комплектующих, так и со сбытом готовой продукции. При этом широко должны использоваться системы заказов, договоров.

Список литературы

1. Кушлин, В.И. Стратегия развития и ее цели / В.И. Кушлин // Экономист. – 2006. – №1. – С. 3–9.
2. Организация и планирование машиностроительного производства (Производственный менеджмент) : учеб. для вузов / под ред. Ю.В. Скворцова, Л.А. Некрасова. – М. : Высш. шк., 2003. – 470 с.
3. Кублин, И.М. Направления совершенствования маркетингового планирования для машиностроительного предприятия / И.М. Кублин, О.В. Воронкова // Вопросы современной науки и практики. Университет им. В.И. Вернадского. – 2008. – Т. 1, № 2(12). – С. 198–204.

4. Воронкова, О.В. Осознанная необходимость устойчивого развития / О.В. Воронкова // Вопросы современной науки и практики. Университет им. В.И. Вернадского. – 2005. – № 2. – С. 37–41.

Reorientation of Companies Preferences in Market Conditions

O.V. Voronkova, S.A. Saninsky

Tambov State Technical University, Tambov
Saratov State Socio-Economic University, Saratov

Key words and phrases: backlog of business; industrial enterprise; market mechanism; products market.

Abstract: The paper deals with the effect of market mechanisms on the development of the company production program. Transformation of the company planning system under the influence of market factors change is studied.

© О.В. Воронкова, С.А. Санинский, 2008