

УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ НА ГРУПП «ГРОНИТЕКС»

ГРУПП уже два года не имеет прибыли, что лишает его возможностей дальнейшего социально-экономического развития. На такой стадии кругооборота капитала, как деинвестирования финансовое управление не эффективно. Проведенный анализ показателей прибыли говорит об ошибках финансового менеджмента: отсутствует система гибкого ценообразования; не рационально происходит управление затратами производства. Себестоимость продукции намного выше цен на аналогичную продукцию конкурентов. У данного предприятия очень большие условно-постоянные расходы, и снижение объемов производства и реализации значительно сказываются на их росте на единицу продукции и увеличении себестоимости до таких размеров, что на рынок можно выйти только с отрицательной рентабельностью. Анализ финансового состояния ГРУПП «Гронитекс» также позволил определить основные ошибки и упущения управления финансовой деятельностью предприятия на данном этапе. Во-первых, нерациональная структура имущества предприятия, которая отражает замораживание на более длительный срок финансовых ресурсов предприятия во внеоборотных активах и снижает возможности увеличения доходов. Во-вторых, при полученных уже в 2002 году убытках и отсутствии собственных оборотных средств, в условиях наблюдавшейся неплатежеспособности и отрицательной рентабельности производства брать кредит под текущую деятельность не имело смысла. В результате все показатели ликвидности в 2003 году стали еще ниже, краткосрочные обязательства возросли. Получается, что проведенные по привлечению источников финансирования деятельности предприятия привели к негативным изменениям в структуре капитала, о чем свидетельствует рост коэффициента финансовой неустойчивости предприятия. И в случае развития данной тенденции ГРУПП «Гронитекс» придет к той финишной точке, которая называется банкротство, когда для расчета по накопившимся долгам придется распродавать основные фонды. Пока этого не произошло необходимо срочно предпринять соответствующие меры антикризисного финансового управления.

УДК 331.108

Студ. Рублевская В.С.,
проф. Ванкевич Е.В.

НЕТРАДИЦИОННЫЕ МЕТОДЫ ПОДБОРА И ОЦЕНКИ ПЕРСОНАЛА

Традиционные методы подбора кандидатов на вакантные должности основаны на оценке их деловых качеств, профессионализма, образования, опыта. В современных условиях возрастает значимость нетрадиционных методов оценки персонала, основанных на психологических и личностных параметрах человека. Эти методы базируются на большом опыте работы и приобретенной в результате этого интуиции, умении проводить психологический анализ личности.

Опытный рекрутер зачастую изучает степень соответствия кандидата вакантной должности опосредованно, иногда кажется через незначительные детали – походка, рукопожатие, внешний облик, голос и т. д.

Умелый рекрутер всегда подвергает сомнению вербальную информацию, полученную от испытуемого, сопоставляет ее с другими данными о нем, а также своими впечатлениями, стремится к постоянному повышению степени этой проверки.

Следует отметить, что выводы, сделанные рекрутером на основе его нетрадиционных методов оценки кандидата на должность, во многом являются дополнительными и направлены на еще большее подтверждение соответствия испытуемого предъявляемым в фирме заказчиком профессиональным требованиям, в большей части в личностном, социальном проявлении.

Литература

1. Ушатиков А. И., Ковалев О. Г., Борисов В. Н. Аудиовизуальная психодиагностика. - М.: АСАДЕМА, 2000.
2. Хигир Б. Ю. Нетрадиционные методы подбора и оценки персонала. Издание 2-е доп. и перераб. - М.: ЗАО «Бизнесшкола «Интел-синтез», 2003.

УДК 061.5

Студ. Клименкова О.К.,

проф. Ванкевич Е.В.

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ФИРМЫ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Конкурентные преимущества предприятия, компаний, неразрывно связаны с конкуренцией. Их особенности и механизм формирования являются фундаментальной основой обеспечения конкурентоспособности. Наиболее значимый вклад в вопросах исследования конкуренции внесла Гарвардская школа бизнеса в лице профессора М.Портера. Существует несколько подходов к определению понятия «конкурентное преимущество». Однако все специалисты сходятся во мнении, что конкурентное преимущество является концентрированным проявлением превосходства над конкурентами в различных сферах деятельности предприятия. Конкурентные преимущества имеют различные формы проявления, которые можно классифицировать по ценности (высшего и низшего порядка), по срокам действия (тактические и стратегические), характеру источника появления (экономические, структурные, технические, информационные) и др.

Конкурентное преимущество носит относительный характер, который проявляется в привязанности к конкретным условиям и причинам, то есть к конкурентной среде фирмы. Анализ конкурентной среды (поставщиков, потребителей, стратегий конкурентов, изменений в законодательстве и др.) и выбор стратегии (превосходство по издержкам, дифференциация, концентрация на сегменте) на основе имеющихся ресурсов фирмы составляют суть поиска конкурентных преимуществ. Далее предполагается реализация выбранной стратегии через комплекс маркетинговых процедур для предпочтительного позиционирования предприятия в конкурентной среде.

Выделение конкурентных преимуществ является приоритетной задачей отечественного менеджмента, т.к. это определяет успех предприятия на рынке. Поэтому систему управления предприятий Республики Беларусь необходимо ориентировать на поиск и создание конкурентных преимуществ. В этих условиях возрастает необходимость разработки прикладного методического инструментария для воплощения стратегических замыслов в повседневную практику.

УДК 338.242.4

Студ. Вашикевич Н.И., асс. Снетков С.М.

ПРОБЛЕМЫ АДМИНИСТРАТИВНЫХ БАРЬЕРОВ В РАЗВИТИИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Административные барьеры в развитии предпринимательства представляют собой препятствия, связанные с необходимостью выполнения субъектами хозяйствования обязательных правил и процедур, предусмотренных законодательными и подзаконными актами, произвольными актами и действиями органов власти и управления различного уровня и существенно затрудняющие осуществление предпринимательской деятельности.