

систематически «отслеживает» (контролирует) и измеряет качество хозяйственных процессов на предприятии. Говоря о качестве, мы подразумеваем, что необходимо сформировать группу показателей, дающих в совокупности комплексную характеристику состояния и перспектив предприятия. Часть механизма мониторинга, которая относится к показателям финансового состояния, стандартизована наилучшим образом, поскольку финансовый анализ на зарубежных и отечественных предприятиях опирается на давно устоявшуюся методику, которая основывается на статистических данных. Между тем, управленческая информация находится во всех подсистемах менеджмента и подразделениях предприятия. Чем больше контуров управления поставлено на предприятие, тем должно быть больше и учетных систем. При таком взгляде на диагностический анализ мы сразу выходим за рамки количественных данных. В каждом компоненте менеджмента информация специфична. На наш взгляд, с позиции стратегического управления идентифицируются и подлежат мониторингу: «организационные звенья», «центры финансового учета», «функции», «бизнес-процессы» и другие нетрадиционные объекты вплоть до «целей» предприятия. Все существенные аспекты деятельности предприятия должны быть ясно и наглядно представлены руководителю в удобной для него форме.

Мониторинг перечисленных показателей позволяет не только диагностировать возникшую угрозу банкротства, но и моделировать деятельность предприятия на перспективу, создавая информационную базу для упреждающего управления. С нашей точки зрения, основная задача – это дать компьютерный инструмент, который зафиксирует текущее состояние предприятия в виде электронной модели, что позволит поставить управленческий диагноз и повысить эффективность управления.

Проведение подобного диагностического анализа стало возможным благодаря появлению и развитию концепции бизнес-процесс реинжиниринга (БПР), созданной в 90-х годах и принятой на вооружение почти всеми ведущими компаниями мира. БПР – это совокупность методов и средств, предназначенных для кардинального улучшения основных показателей деятельности предприятия путем моделирования, анализа и перепроектирования существующей структуры и бизнес-процессов. Однако, хотя детальное описание и оптимизация бизнес процессов особенно в ходе подготовки к компьютеризации предприятия является необходимым мероприятием, в период кризиса более актуальным становится другой элемент реинжиниринга. Речь идет о том, чтобы построить подробное структурное описание предприятия, выстроенное по иерархии управления и исполняемым функциям, направленным на достижение определенных целей. Специальная технология дает возможность достичь существенно большей ясности в понимании деятельности предприятия. БПР на современном этапе – это не просто модная тенденция, а следствие жесточайшей конкурентной борьбы, которая требует внедрения наукоемких инновационных технологий как средств повышения производительности и эффективности деятельности промышленных предприятий. Чтобы расхождение между ожидаемыми и достигнутыми результатами были минимальными, необходимо предварительно реализовать небольшие проекты с реальными задачами.

В конце хотелось бы отметить основные направления повышения эффективности управления: формирование механизма активного развития на предприятии; постановка процессов расширения хозяйственной самостоятельности структурных единиц предприятия; постановка финансового планирования (бюджетирование); постановка систем маркетинга и стимулирования сбыта; внедрение системы управления затратами; постановка системы комплексного анализа и выбора проектов; упорядочение процессов управления и документооборота; постановка системы мониторинга.

**ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ
ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ АКЦИОНЕРНОЙ СОБСТВЕННОСТИ И
КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ**

УДК 338.246.025.88

Евтушенко С.А.

В ходе рыночного реформирования экономики возрастает значение такого механизма повышения инвестиционной привлекательности предприятий, как их реструктуризация. В ряде случаев именно реструктуризация, позволяя оптимизировать структуру предприятия, становится тем первым шагом, который закладывает основы последующей успешной работы предприятия. Конечно, сама по себе реструктуризация не является главным методом повышения эффективности работы предприятия, но исходные предпосылки для такой работы она, в принципе, способна заложить.

С этой точки зрения, система корпоративного управления должна соответствовать интересам эффективного развития акционерных обществ. Данный принцип становится особенно актуальным в макроэкономических условиях Украины, неблагоприятных для функционирования рынка акций, при наличии большого количества созданных в результате массовой приватизации акционерных обществ. Через механизм слияний и поглощений осуществляется перераспределение собственности в пользу более эффективного собственника.

На эти процессы влияют, с одной стороны, структурные кризисы, сопровождаемые достаточно динамичным процессом передела собственности, в частности, путем купли-продажи структурных подразделений предприятий и контрольных пакетов акций, в том числе и при участии зарубежных инвесторов. С другой, - низкий уровень эффективности акционерной собственности, обусловленный прежде всего неразвитостью фондового рынка и медленным формированием эффективной системы собственности и корпоративного управления. Эффективность акционерной собственности на макроуровне обеспечивается в результате конкуренции на рынке ценных бумаг и её ключевой момент - это осуществление поглощений.

В Украине такие условия эффективного осуществления процессов поглощений и формирования системы эффективной акционерной собственности, как информационная доступность и прозрачность деятельности акционерных обществ (реализация оценочной функции рынка акций) и наличие законодательно закреплённого механизма осуществления поглощений (реализация перераспределительной функции рынка акций), обобщённые в экономической литературе, практически отсутствуют. Поэтому вопрос эффективного собственника - очень часто упоминаемая на страницах экономической прессы в Украине проблема. Эту проблему уже сейчас пытается решить Фонд государственного имущества Украины при продаже оставшихся крупных пакетов акций предприятий посредством проведения конкурсов. Однако ГКЦБФР, которая по идее должна обеспечивать эффективность рынка ценных бумаг, недостаточно активна в этом направлении.

В таких условиях ключевой проблемой является вопрос формирования эффективного контроля над акционерными обществами, которые не регулируются пока на законодательном уровне в отличие от других стран. При действующем законодательстве Украины поглощения могут быть достаточно затруднены по следующим причинам:

- 1) менеджеры могут влиять на работников-акционеров мерами административного характера;
- 2) регистраторы акций, заинтересованные в хороших отношениях с менеджерами предприятий, имеют право отказать поглощающей компании в рассылке акционерам предложений о продаже акций;

- 3) информационная закрытость деятельности акционерных обществ делает их акции не очень привлекательным товаром;
- 4) неограниченность менеджеров в способах защиты от поглощений, в том числе и за счёт финансового состояния акционерного общества и интересов акционеров.

Из-за отсутствия соответствующего давления на менеджеров со стороны потенциальных поглощающих предприятий, менеджеры могут без последствий для себя недостаточно эффективно распоряжаться собственностью акционерного общества. Именно поглощения должны решать вопрос эффективности собственности на предприятиях, особенно в условиях, когда акции многих предприятий в Украине сильно распылены среди множества физических лиц.

Поэтому вполне оправданным было бы решение на законодательном уровне следующих ключевых вопросов механизма осуществления поглощений:

- 1) доступное для участников рынка и полное информационное обеспечение деятельности предприятий с помощью ГКЦБФР;
- 2) запрет на действия менеджеров, которые препятствуют приобретению контрольного пакета акций;
- 3) беспрепятственное предоставление поглощающей компании реестра акционеров;
- 4) ответственность за нарушение урегулированного законодательством механизма поглощений.

В данном случае обеспечение этих условий должно быть государственной задачей, выполнять которую следует ГКЦБФР. Урегулирование ключевых вопросов, касающихся механизма поглощения, должно быть отражено в Законе Украины "Об акционерных обществах".

Поскольку вопросы механизма поглощений и открытости работы акционерного общества затрагивают интересы многих менеджеров, не имеющих контрольных пакетов, и преимущественно им противоречат, то можно ожидать, что, их законодательное урегулирование в Украине займет достаточно продолжительное время.

СУЩНОСТЬ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИМ ПОТЕНЦИАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ.

УДК 658.1

Реука М.В. (ХГЭУ)

В условиях реформирования экономики Украины основная масса предприятий функционирует в среде постоянных кризисных явлений. С целью смягчения и приодоления последствий кризиса предприятию необходимо искать и разрабатывать пути улучшения или совершенствования процесса управления производством. Так, например, акцентирование внимания на управлении стратегическим потенциалом предприятия является одним из направлений усовершенствования методов управления предприятием.

Под стратегическим потенциалом предприятия автор подразумевает диапазон его возможностей для достижения целей стоящих перед предприятием. Следовательно, для управления стратегическим потенциалом предприятия необходимо разработать соответствующий механизм управления.

Механизм управления следует рассматривать, как составную (наиболее активную) часть системы управления, обеспечивающую воздействие на стратегический потенциал, от состояния которого зависит результат деятельности управляемого объекта. Стратегический потенциал для предприятия может быть внутренним или внешним. Для предприятия предпринимательского типа характерно стремление к изменению

состояния внешней среды в свою пользу, к проведению внутренних и внешних условий в состояние взаимного соответствия, и к согласованию интересов.

Структура хозяйственного механизма предприятия представляет собой совокупность трёх взаимосвязанных элементов: планирование, хозяйственное стимулирование и организацию управления. Таким образом, механизм управления является очень сложной категорией управления. Он включает: цели управления (ЦУ); количественный аналог целей – критерии управления стратегическим потенциалом (КУ); факторы управления (ФУ) – элементы стратегического потенциала предприятия и их связи, на которые также осуществляется воздействие в интересах достижения поставленных целей; методы воздействия на данные элементы стратегического потенциала (МУ); ресурсы управления (РУ) – материальные и финансовые ресурсы, социальный и организационный потенциал, при использовании которых реализуется избранный метод управления и обеспечивается достижение поставленной цели. Таким образом, для любого предприятия, как объекта управления (ОУ), механизм управления стратегическим потенциалом формируется по следующей схеме:

МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ = $F(\text{ЦУ, КУ, ФУ, МУ, РУ})$.

Реальный механизм управления всегда конкретен, так как направлен на достижение конкретных целей, путём воздействия на конкретные факторы, и это воздействие осуществляется путём использования конкретных ресурсов или стратегических потенциалов. Он (механизм) формируется каждый раз, когда принимается управленческое решение путём согласования всех элементов механизма управления.

Стратегическое управление имеет дело с долгосрочными целями, и в силу этого ему присуще формирование механизмов долгосрочного действия. В сфере производства природа управленческого стратегического потенциалом предприятия разнообразна. Это могут быть взаимосвязанные между собой элементы производственно-технического, экономического, социального, организационного, правового и политического характера. В силу этого комплексность и системность механизма стратегического управления объективной закономерностью. В таком механизме согласование интересов взаимодействующих сторон достигается выбором методов и ресурсов управления, в соответствии с природой элементов стратегического потенциала, на которые осуществляется воздействие.

Исходными элементами для формирования механизма управления являются результаты анализа деятельности конкретного объекта управления – предприятия. Первым шагом будет согласование указанных элементов, то есть формирование оценочных критериев. Далее цель управления трансформируется в задание или критерии управления. В последующем определяется ресурсный потенциал, на который необходимо воздействовать, чтобы выполнить задание. Если требуемая совокупность элементов стратегического потенциала предприятия не может быть сформирована, то уточняется цель и идёт повтор создания механизма управления стратегическим потенциалом, с учётом возникших изменений.

В соответствии с природой элементов стратегического потенциала выбираются и методы воздействия на него. Результатом этих воздействий будет приведение объекта управления в соответствие с поставленными целями. Если не может быть мобилизован нужный объём ресурсов, потребуется или пересмотреть методы управления, или приступить к рассмотрению альтернативных вариантов решения проблемы.

Универсальный алгоритм формирования механизма управления стратегическим потенциалом предприятия представлен на схеме (рис.1).

Комплекс механизмов управления стратегическим потенциалом предприятия представляет собой многоуровневую систему взаимосвязанных механизмов различной

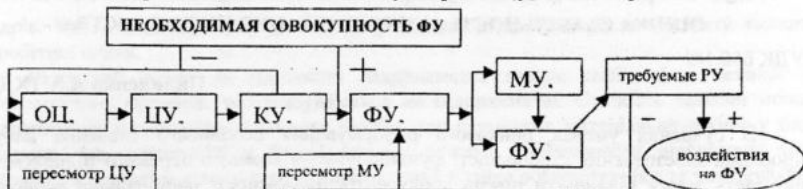


Рис. 1 Схема алгоритма формирования механизма управления стратегическим потенциалом предприятия.

природы: экономических, мотивационных, организационных, правовых и политических.

Обычно затруднительно выделить какие-либо "чистые" однородные механизмы, которые не носили бы черты механизмов другой природы. Поэтому выделение механизмов по принципу однородности осуществляется по наличию в них других признаков. Неоднозначно может быть осуществлено расчленение того или иного механизма на более конкретные механизмы. На схеме рассматривается один из вариантов структуризации комплексного механизма управления стратегическим потенциалом (рис 2.) Рассмотрим состав комплексного механизма управления стратегическим потенциалом предприятия. Экономические механизмы: механизм конкуренции и

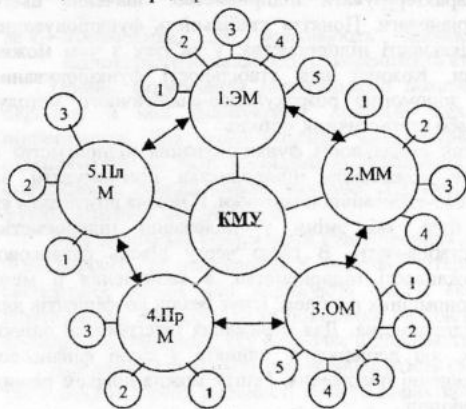


Рис. 2 Схема комплексного механизма мотивации управления стратегическим потенциалом предприятия

и рыночного ценообразования; механизм самоокупаемости; механизм самофинансирования инвестиций в производство, научно-техническое и социальное развитие; механизм инвестирования заёмных средств; механизм государственного регулирования и поддержки. Мотивационные механизмы: механизм мотивации высокого качества труда; механизм научно-технического развития производства; механизм мотивации предпринимательства; механизм мотивации хозяйствования. Организационные механизмы: структурные механизмы; механизм организации управления предприятием; организационно-экономический механизм планирования; организационно-

технические и организационно-административные механизмы. Правовые механизмы: нормы и механизмы государственного и корпоративного права; механизм деятельности арбитража. Политические механизмы: социально-экономическая, внешнеэкономическая и научно-техническая политики.

Следовательно, комплексный механизм управления представляет собой совокупность экономических, мотивационных, организационных, правовых и политических (при необходимости) способов целенаправленного воздействия на элементы стратегического потенциала предприятия с целью повышения эффективности деятельности и максимизации прибыльности от работы объекта управления, то есть предприятия.

В сучасних умовах ринкового реформування особливого значення набуває проблема забезпечення стабільності функціонування кожного окремого підприємства, що дасть змогу підвищити рівень конкурентоспроможності національної економіки. Вирішення цієї проблеми пов'язано з формуванням механізмів розвитку підприємства та розробкою відповідних методів оцінки стабільності роботи підприємства.

Стабільність роботи підприємства можна визначити як його здатність забезпечувати означений режим функціонування та ефективно адаптуватись до змін у зовнішньому й внутрішньому середовищі. Також, це такий стан, при якому ймовірність небажаної зміни будь-яких якостей суб'єкта, параметрів майна, яке йому належить, і його зовнішнього середовища невелика (менше визначеної межі). Оцінка стабільності функціонування підприємства пов'язана з визначенням точки рівноваги, яка буде характеризуватися рівністю всіх наявних у підприємстві, як відкритої системи, ресурсів та незмінністю взаємовідносин підприємства з оточенням. Рух від точки рівноваги утворюватиме покращенню стану підприємства.

Для оцінки стабільності системи необхідно введення інтегрованого показника (І), який дозволяв би комплексно охарактеризувати підприємство. Значення цього показника $I=1$ відповідатиме стану рівноваги. Поняття стабільності функціонування застосовується до різних аспектів діяльності підприємства, у зв'язку з чим можна виділити різні форми його прояви. Кожний вид стабільності функціонування підприємства можна визначити за допомогою розрахунково-аналітичного методу, методу експертних та бальних оцінок або статистичних методів.

Однією з основних характеристик стабільності функціонування підприємства є фінансова стійкість, яка передбачає можливість підприємства підтримувати на належному рівні найважливіші фінансово-економічні показники. Її можна розглядати як результуючу категорію, оскільки будь-які зміни у положенні підприємства відбиваються на його фінансовій стабільності. В свою чергу рівень фінансової стабільності оказує вплив і на можливості підприємства, а визначення її межі відноситься до найбільш важливих економічних проблем. Існує безліч коефіцієнтів для характеристики фінансового стану підприємства. Для отримання інтегрованої оцінки доцільно використання таких з них, які дорівнюють одиниці у стані фінансової рівноваги, та збільшуються при покращенні положення. Решту можна шляхом різних математичних операцій привести до одиниці.

Стабільність функціонування підприємства під впливом зовнішнього середовища залежить від рівня нестабільності, невизначеності та динамічності оточення. Оцінити її можна шляхом впровадження ряду коефіцієнтів, таких, наприклад, як ціни на продукцію порівняно з середньою по ринку, відношення деяких показників підприємства до аналогічних показників конкурентів та постачальників, зміни запасів продукції на підприємстві, зміни місткості споживчого ринку.

Соціально-економічна стабільність відображає залежність підприємства від людського фактору, та є найбільш важкою для визначення. Її підтримка на необхідному рівні визначає доцільність та ефективність управлінських рішень, конкурентні позиції підприємства та оказує вплив на всі його підсистеми. Оцінити соціально-економічну стабільність можна за допомогою індексу зміни продуктивності праці та коефіцієнтів зміни чисельності працівників, рівня підготовки та перепідготовки кадрів, кваліфікації

кадрів. Також вона може бути охарактеризована за допомогою коефіцієнту виплати заробітної плати.

Важливий вплив на діяльність підприємства оказує стабільність техніки та технологічних процесів, що відбуваються на підприємстві. Стійкість техніки можна визначити як властивість технічних засобів, що формують матеріально-технічну базу підприємства, працювати у безвідмовному режимі з визначеним діапазоном змін параметрів протягом усього строку експлуатації. Стійка робота техніки та устаткування оказує позитивний вплив на результати виробничо-господарської діяльності підприємства, однак не в змозі нейтралізувати негативний вплив зовнішнього оточення. Технологічна стабільність тісно пов'язана з стійкістю техніки, однак її об'єктом виступає весь технологічний процес, а не окремі агрегати та комплекси устаткування. Ці види стабільності функціонування підприємства можна оцінювати рівнем новизни технологій, що використовуються, коефіцієнтом змін виробничих потужностей та повнотою їх використання, терміном безвідмовної роботи устаткування.

Екологічна стабільність виражається в спроможності підприємства підтримувати визначені параметри взаємодій з зовнішнім природним оточенням.

В якості інтегральної оцінки стабільності функціонування підприємства доцільно використовувати зведений показник, який визначається наступним чином:

$$I = \prod_{i=1}^n k_i I_i, \quad (1)$$

де k_i – коефіцієнти, що враховують значимість для підприємства підтримки відповідного локального (I_i) коефіцієнта стабільності.

Процес формування інтегрального показника проходить в декілька етапів. На першому з них формуються локальні показники стабільності функціонування підприємства. Для цього можливо використовувати розглянуті показники стійкості підприємства до змін зовнішнього середовища (I_1), технічної та технологічної (I_2) стабільності, соціально-психологічної (I_3), екологічної (I_4) та фінансової (I_5) сталості функціонування підприємства.

Далі необхідно сформувати певні правила для визначення коефіцієнтів k . Існують різні варіанти їх одержання. У науковій літературі частіше використовують методи експертних оцінок або вирішують задачі економіко-математичного моделювання. Проте можна розрахувати ці показники на підставі перегрупування статей калькуляції собівартості продукції, яку виробляє підприємство.

Для зручності аналізу повна собівартість (S) розглядається як сума складових (S_i), які з певною мірою умовності будуть характеризувати питому вагу того або іншого локального коефіцієнта стабільності функціонування підприємства в зведеному інтегральному показнику.

$$S = S_1 + S_2 + \dots + S_n, \quad (2)$$

При подібному підході визначається доля кожної з складових, а потім $k_i = S_i/S$ ($k_1 + k_2 + \dots + k_n = 1$). Тобто питома вага локальних показників в інтегрованому показнику стабільності функціонування підприємства аналогічна відповідним часткам собівартості продукції. Для розрахунку складових собівартості доцільно використовувати форму №1-П статистичної звітності підприємства.

Частина собівартості продукції, яка включає вартість сировини, матеріалів та покупних напівфабрикатів, транспортно-заготівельні витрати, витрати на реалізацію продукції та витрати пов'язані з задоволенням попиту будуть характеризувати питому вагу показника стабільності підприємства до змін зовнішнього середовища (k_1).

Витрати на утримання складів та виробничих приміщень, амортизація обладнання, витрати на експлуатацію устаткування, транспортні витрати необхідні для забезпечення виробничого процесу, виробничі витрати будуть характеризувати технологічну усталеність (I_2).

Частина собівартості S_3 , яка складається з витрат на основну та додаткову заробітну плату робітників, підтримку заходів соціального страхування, буде визначати долю показника (k_3) соціально-психологічної стійкості підприємства.

Коефіцієнт k_4 , що характеризує питому вагу показника екологічної стабільності функціонування підприємства доцільно моделювати як функцію Хевисайда, яка приймає значення 0 або 1.

З урахуванням того, що фінансова стійкість підприємства відображає практично всі зміни його виробничо-господарчої діяльності, коефіцієнт k_5 можна визначити таким, що дорівнює 0,5.

Визначення запропонованого критерію оцінки передбачає проведення всебічного аналізу виробничо-господарчої діяльності підприємства, його фінансово-економічної стабільності та технологічного потенціалу, ринкової середи постачальників, споживачів та конкурентів. Стабільність функціонування підприємства буде визначатися сукупністю названих показників та буде залежати від оптимальності їх співвідношення.

ОБ УСТОЙЧИВОЙ РАБОТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ И ЕЕ СВЯЗИ С ДРУГИМИ КАТЕГОРИЯМИ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Петросянц К.В. (ХГЭУ)

Сложившаяся на Украине экономическая ситуация требует стабилизации работы промышленных предприятий, которая возможна лишь в случае перестройки системы организации производственно – экономической деятельности предприятий.

Важнейшим предварительным условием создания целостного и эффективного хозяйственного механизма, его адаптации к условиям рынка является определение теоретических и методических вопросов в измерении и анализе устойчивой работы предприятия.

Устойчивая работа предприятия предполагает такую организацию его производственно – хозяйственной деятельности, которая обеспечила бы устойчивые показатели деятельности и возможность развития потенциалов предприятия в перспективе.

Факторы, влияющие на деятельность предприятия, можно разделить на внутренние, зависящие от организации работы предприятия и внешние, влияние которых не зависит от предприятия.

К внутренним факторам относятся отраслевая принадлежность предприятия, обоснованность стратегии развития, маркетинговая политика, возможность эффективно использовать все существующие в его распоряжении ресурсы, соотношение денежных доходов и затрат, а также состав и структура имущества.

Внешние факторы, влияющие на устойчивость предприятия, включают налоговую, кредитную, ценовую политику государства, сложившуюся рыночную конъюнктуру, уровень развития техники и технологии, платежеспособность потребителей, а также экологическая и социальная ситуация в обществе.

Одной из причин низкого уровня устойчивости предприятий, которая тесно связана со стабильностью окружающей экономической среды, является нестабильность экономики Украины.

Различают несколько видов устойчивой работы предприятия, которые расположены в виде пирамиды в зависимости от степени влияния на общую устойчивость предприятия и представлены на Схеме 1.

Кратко остановимся на приведенных ниже видах устойчивой работы предприятия.

Социально – психологическая устойчивость определяет целесообразность и эффективность управленческих решений и влияет на подразделения предприятия.

Экологическая устойчивость заключается во взаимодействии с окружающей природной средой, не нарушая ее равновесия.

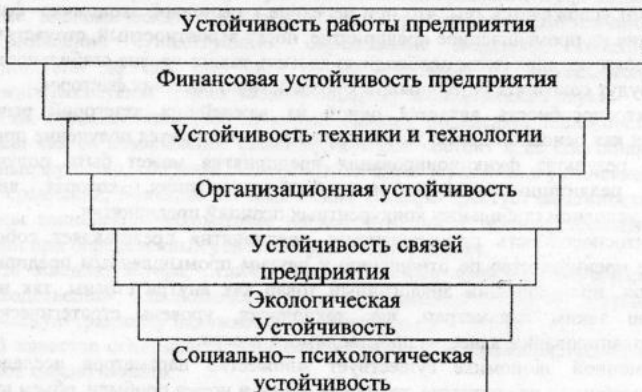


Рис.1 Виды устойчивости предприятия

Устойчивость связей предполагает рациональную организацию связей предприятия с внешней средой (поставщиками сырья, материалов, потребителями).

Организационная устойчивость означает способность предприятия сохранять запланированные объемы производства и сбыта продукции независимо от негативного влияния факторов внешней среды.

Устойчивость техники и технологии означает способность оборудования сохранять заданные параметры работы в течение всего срока эксплуатации и, как следствие, сохранять в заданном диапазоне конечные результаты протекания технологического процесса, не зависимо от влияния факторов внутренней и внешней среды.

Финансовая устойчивость заключается в обеспечении такого уровня прибыли или рентабельности финансово – хозяйственной деятельности предприятия, которая позволяет осуществлять не только оперативные платежи, но и в первую очередь, решать вопросы воспроизводства активов или всей совокупности факторов воспроизводства.

Таким образом, финансовая устойчивость предприятия отражает все стороны его производственно – хозяйственной деятельности и, следовательно, объединяет все виды устойчивости.

Обеспечение устойчивой работы промышленного предприятия тесно связано с такими категориями как стабильность и конкурентоспособность.

Стабильность работы предприятия означает сохранение постоянно устойчивого состояния, скоординированной работы его подразделений и развитие по намеченной

траектории без изменения его основных параметров независимо от влияния факторов внешней среды.

Переход к рыночной экономике обусловил необходимость оценки стабильности деятельности промышленного предприятия. Как известно, эта оценка представляет собой заключение о наблюдаемом явлении, основанном на определенном критерии.

Критерием стабильной работы промышленного предприятия является длительный период устойчиво высоких показателей производства.

Обеспечение стабильности работы предприятия тесно связано с организацией эффективного управления им.

Однако это усложняется тем, что при переходе к рыночной экономике факторы, воздействующие на промышленное предприятие, носят вероятностный, стохастический характер. Поэтому предприятиям необходимо достичь такого уровня стабильности, при котором они будут сохранять устойчивость к воздействию внешних факторов.

Конкурентоспособность является одной из важнейших категорий рыночной экономики, так как основной целью любого предприятия является получение прибыли. Прибыль как результат функционирования предприятия может быть получена в результате реализации конкурентоспособной продукции, которая является необходимым условием стабильных конкурентных позиций предприятия.

Конкурентоспособность промышленного предприятия представляет собой его сравнительное преимущество по отношению к другим промышленным предприятиям данной отрасли, производящим аналогичный товар как внутри страны, так и за ее пределами, по таким параметрам, как технология, уровень стратегического и тактического планирования, качества производимого товара.

В современной экономике существует множество параметров исследования конкурентоспособности предприятия, таких как объем и норма прибыли, объем продаж, доля на рынке, качество товара.

Наиболее емким параметром, отражающим уровень конкурентоспособности предприятия, является показатель нормы прибыли.

Повышение финансовой устойчивости предприятий, укрепление их стабильности являются необходимыми составляющими конкурентоспособности предприятия, так как только устойчиво функционирующее предприятие способно адаптироваться к влиянию факторов внутренней и внешней среды, обеспечивая тем самым укрепление своих позиций на рынке.

Обеспечение устойчивой работы предприятия представляет собой совокупность экономических, финансовых, технических, организационных, экологических показателей, наиболее соответствующих параметрам внутренней и внешней среды и условиям экономической деятельности.

Таким образом, устойчивость работы предприятий является одной из важнейших характеристик его функционирования.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ НАДЕЖНОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННО- ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

УДК 65.9(2)29

Ситник Ю.А. (ХГАГХ)

Управление предприятием наряду с решением других важных задач предполагает также и управление его экономической надежностью с целью обеспечения привлекательности предприятия в качестве потенциального делового партнера. В условиях рыночной экономики каждый хозяйствующий субъект обладает известной

экономической самостоятельностью и может выбирать делового партнера из числа надежно функционирующих предприятий, т.е. имеющих требуемый (достаточный) уровень экономической надежности.

Экономическая надежность предприятия как самостоятельная категория не была свойственна командно-административной системе управления, поэтому соответствующие комплексные исследования в этой области немногочисленны. Среди работ, предлагающих концепцию надежности предприятия в достаточно цельном и логически завершенном виде можно назвать работы таких авторов как Шеремет А.Д., Баранов П.Ю., Кучма О.А., Вассерман А.С., Горбатенко А.В., Егоров В.И. и др. Однако содержание понятия "экономическая надежность" до сих пор остается предметом дискуссий.

Обобщение существующих определений позволяет констатировать, что исследователи до сих пор шли путем адаптации научно-технического понятия "надежность системы" к понятийному аппарату экономической науки.

Так, Большой энциклопедический словарь определяет надежность технической системы как ее комплексное свойство, которое состоит в ее способности выполнять заданные функции, сохраняя свои основные характеристики в установленных пределах. Для сравнения, Большой экономический словарь трактует надежность как свойство системы выполнять возложенные на нее функции в течение заданного промежутка времени при определенных условиях функционирования.

По мнению автора, отличие даже довольно сложных технических систем от производственно-экономических не позволяют просто "транспортировать" техническую трактовку надежности в экономику.

В качестве основных отличительных признаков производственно-экономической системы можно назвать:

- а) производственно-экономической системе после выполнения каждого функционального цикла необходимо восстанавливать прежний потенциал. Процесс восстановления, как правило, зависит от результативности завершения функционального цикла;
- б) значительная зависимость системы от влияния внешних факторов (политических, социальных и т.д.)
- в) если для технических систем устанавливаются строгие количественные характеристики, независимо от страны их размещения (стандарты), несоблюдение которых приводит к полному разрушению системы, то для производственно-экономических систем количественные характеристики чаще всего называются "оптимальными", "теоретически допустимыми" и зависят от экономических условий страны в которой функционируют;
- г) значительная зависимость производственно-экономических систем от субъективного фактора, в том числе морально-этической стороны личности, осуществляющей управляющего воздействия.

При определении дефиниции "экономическая надежность" мы исходили из следующих требований:

- определение должно охватывать основную суть рассматриваемого явления;
- вводимое понятие должно определять модель, которая может быть использована в теоретических исследованиях и была бы практически полезной.

Для практической реализации указанных требований необходимо решить следующие задачи:

- четко описать рассматриваемое явление, объект (строительное предприятие), его цели;
- конкретизировать и описать условия функционирования объекта;

- выбрать объективную меру степени уверенности в выполнении объектом своих функций;

Надежность предприятия - некоторая качественная характеристика, которая может быть измерена непосредственно с помощью какого-либо показателя деятельности. Однако, качественного определения экономической надежности не может быть практически полезным, т.к. не позволяет решать следующие задачи:

- определить (диагностировать) уровень экономической надежности;
- сравнивать уровни экономической надежности различных предприятий;
- проследить динамику уровня надежности конкретного предприятия;
- наметить пути повышения уровня экономической надежности;

Для решения вышеперечисленных задач можно использовать критерии надежности, т.е. набор признаков по которым оценивается надежность. Комплекс количественных значений критериев позволит количественно оценить качественную характеристику, определив уровень экономической надежности предприятия.

При оценке уровня экономической надежности критерии надежности характеризуют не способность выполнять заданные функции (как в определении надежности технической системы), а степень реализации такой возможности. Данная формулировка учитывает субъективный аспект функционирования предприятия. В отличие от технической системы на производственно-экономическую систему оказывают управляющие воздействия как извне так и изнутри, т.к. субъект управления является неотъемлемой частью самой системы. Следовательно, реализация способности производственно-экономической системы выполнять свои функции зависит от эффективности управляющих воздействий субъекта управления. Таким образом, в определении "способность выполнять функции" трансформируется в "возможность выполнять функции".

Проведенные нами исследования и обобщения позволяют сформулировать следующее определение. Экономическая надежность предприятия это его комплексное свойство, выраженное систематической возможностью выполнять основные функции в условиях изменяющейся внутренней и внешней среды.

Уровень экономической надежности предприятия - степень соответствия фактических количественных значений основных характеристик их оптимальным (допустимым) значениям на определенном этапе функционирования предприятия.

Исходя из данного определения, в рыночной среде надежно функционирующими производственно-экономическими системами являются те из них, которые в условиях неопределенности и нестабильности осуществляют воспроизводственный цикл и нормальное протекание всех его стадий. Предполагается, что производственно-экономическая система будет надежна, если она:

- а) имеет возможность осуществлять воспроизводственный процесс;
- б) выполняет свои функции при изменении факторов внешней и внутренней среды;
- в) способна контролировать неблагоприятные воздействия адекватным откликом системы управления;

В заключении следует подчеркнуть, что эмпирическая состоятельность предложенного определения подтверждается возможностью выделить определенные смысловые узлы, которые можно рассматривать как отдельные задачи в составе проблемы разработки методики диагностики уровня экономической надежности, разработкой которой занимается автор.

Первый смысловой узел - выделение основных функций производственно-экономической системы с целью оценить степень их выполнения.

Второй смысловой узел - выделение количественных параметров системы, с помощью которых оценивается уровень экономической надежности предприятия.

Третий - установление и обоснование оптимальных значений количественных характеристик, которые позволяют сделать вывод о достаточном уровне экономической надежности.

Четвертый - разработка методики получения обобщающей оценки уровня экономической надежности на основе выделенных параметров. Такая интегральная оценка будет количественно отражать степень реализации возможности предприятия выполнять основные функции.

СИСТЕМНЫЙ АНАЛИЗ ПРЕДПРИЯТИЯ

УДК 658.012.12

Коюда А.П. (ХГЭУ)

Что собой представляет современное предприятие, работающее в условиях цивилизованной рыночной экономики? Какие средства, приемы, «секреты» его деятельности позволяют ему побеждать в жестокой конкурентной борьбе? Случайные ли факторы выносят на гребень успеха отдельные фирмы и корпорации, или же существуют закономерности, знание которых позволяет привести предприятие к устойчивому развитию и процветанию?

Сформулировать ответы на эти вопросы очень непросто. Парадокс заключается в том, что даже самое тщательное изучение эффективно работающего предприятия не позволяет раскрыть во всей полноте механизм его успеха, поскольку этот механизм выходит далеко за рамки самого предприятия: важнейшие его компоненты находятся непосредственно в обществе, в котором существует предприятие - в экономических, политических структурах, социально-культурных факторах. Поэтому для понимания содержания деятельности современных компаний, фирм, корпораций необходим не привычный — «аналитический» метод, но иной — более точный, целостный, всесторонний подход, фокусирующий внимание не только на самом предприятии, но и на окружающей его среде.

Такой метод существует, он известен под названием системного подхода. В настоящее время наиболее авторитетные отечественные и западные специалисты, и ученые, работающие в сфере менеджмента, считают, что именно системный подход является научной основой, главным методологическим инструментом деятельности современного менеджера. Основные положения системного подхода и применение его инструментария к анализу и организации работы предприятия представляет собой не исчерпывающий набор методических приемов, а серьезный ответ современной науки на вызов времени.

В современном мире, окружающем любое предприятие можно выделить несколько характерных закономерностей.

Первая — усиление взаимовлияния, взаимозависимости, взаимодействия всех составных частей современного общества, все более тесно переплетаются экономические, политические, социальные, духовные процессы, теснее взаимодействуют государство и общество, производство и наука, культура и бытовая сфера. Иначе говоря, общество становится все более интегрированным, целостным, хотя и не лишенным противоречий.

Вторая важнейшая его черта — динамичность. Конкурентная борьба за удовлетворение потребностей покупателя заставляет компании постоянно разрабатывать и предлагать новые товары, повышать их качество, привлекая для этого все возможные достижения науки и техники. Уже не снижение издержек производства, не уменьшение цен, как это было сравнительно недавно, становится стратегической

задачей компании, а выпуск новых товаров и услуг и завоевание новых рынков — вот главные цели современного производства.

Оба эти фактора — нарастающая взаимозависимость и усиливающаяся динамичность общества — обуславливают третью черту окружающей предприятие среды — сложность социальной структуры, что порождает трудности в ее познании, прогнозировании и управлении.

Системы окружают нас везде: каждый предмет, явление, процесс — это система. Например, системой является любой живой организм, т. к. его клетки, ткани, органы взаимосвязаны. Системами, конечно же, являются фирмы, корпорации, банки, отрасли экономики, экономика в целом. Везде и во всем, где можно выявить взаимосвязи — можно говорить о системе.

«Системное» мышление, побуждая нас тщательно исследовать связи в системах, приводит к более глубокому пониманию причин многих явлений, которые в разрозненном, несвязанном виде казались случайными, но будучи объединенными, в систему, помогают обнаруживать закономерности. Так, многие экономические проблемы порождаются политическими причинами. Те, в свою очередь, коренятся в особенностях общественной психологии, которые, связаны с определенными историческими традициями и т. д.

Системный подход заставляет иными глазами посмотреть и на эффективность функционирования систем: взаимодействие между частями системы оказывается гораздо важнее, нежели результативная работа отдельных ее частей. Например, точная, эффективная работа отдела маркетинга фирмы не даст положительного результата, если не налажено его взаимодействие с производственными подразделениями, финансовым отделом, руководством фирмы и т. д.

Современный менеджер все больше осознает тот факт, руководимая им компания не является изолированной, независимой организацией. Она представляет собой лишь часть большой системы, оказывающей на предприятие многоплановое влияние. При этом приходится учитывать воздействие не только экономических факторов. Внешняя среда, окружающая любую фирму многообразна и представляет собой действительно сложную систему, в которой огромную роль играют и политические факторы, и действующее законодательство, и правительство, и факторы научно-технического прогресса, и поставщики, и конкуренты, и потребители, и социокультурная среда, и экономические факторы. В нынешних условиях с полным основанием можно говорить о том, что современное предприятие стало так называемой открытой системой, которая тысячами нитей связана с внешней средой, она обменивается с ней и информацией, и энергией, и материалами, и товарами, и людьми, и идеями. Когда «законодателем» на рынке, образно говоря, стал не продавец, а покупатель, фирма вынуждена стать подлинно открытой системой, стать органической частью общества, в противном случае она не сможет выжить и победить в конкурентной борьбе. Внешняя среда фирмы диктует свои жесткие условия для построения ее внутренней среды. Это особенно заметно, когда сравниваешь внутреннюю структуру фирм, действующих в разных условиях, на разных рынках. Например, существует различие во внутреннем строении американских и японских компаний. Существенно различаются структуры предприятий, функционирующих в динамичной или относительно спокойной среде.

Для более глубокого понимания взаимосвязи внешней и внутренней среды фирмы целесообразно ввести понятие «полисистемность». Смысл его заключается в том, то любой предмет окружающего нас мира принадлежит одновременно многим системам. Например, работник фирмы принадлежит одному из ее подразделений, фирме в целом, профсоюзной организации, может быть, политической партии, семье, спортивному клубу, городу, стране и т. д.

Ясно, что это порождает противоречивость поведения самого субъекта, входящего в разные системы, вызывает «расщепленность» его сознания. Так и фирма в целом принадлежит одновременно многим системам, которые пытаются господствовать над ней, навязывать ей свои интересы. Различны требования, которые предъявляют к предприятию, например, его потребители, правительство, профсоюзы или акционеры. Понятно, что внутренняя структура фирмы должна быть построена таким образом, чтобы в какой-то мере удовлетворить интересы всех систем, в которые входит фирма, гармонизировать их противоречивые цели. Существует и иной, более глубокий уровень полисистемности. Он заключается в принадлежности отдельных элементов системы другим системам. Так, любой станок, работающий на предприятии, и, будучи элементом этого предприятия, в тоже время принадлежит и принадлежал многим другим системам: энергетической, технологической, ремонтной, а также тем системам, которые его сконструировали и построили. Все это придает ему специфические, уникальные черты, накладывает отпечаток на процесс его использования в производстве. Так же и принадлежность каждого работника предприятия многим и многим системам, с предприятием непосредственно не связанным, порождает особые черты работника. Таким образом, буквально каждый элемент предприятия обладает двойственностью, — он одновременно принадлежит и самому предприятию, и его внешней среде. Поэтому, в любом случае, всегда каждая фирма является открытой системой. Данный факт следует не только осознать, но и целенаправленно использовать, сознательно формируя и поддерживая необходимые связи предприятия с внешней средой.

Суммируя основные положения системного подхода, можно утверждать — и этот вывод имеет особое значение для понимания и организации деятельности предприятий, — что любой реальный предмет представляет собой систему элементов, которая, в свою очередь, является частью более широкой системы. Все системы и элементы связаны многообразными связями.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

УДК 347.779

Савченко О.И., Нестеренко Р.О. (НТУ «ХПИ»)

Для получения положительного результата от использования нематериальных активов необходимо, чтобы темпы роста выручки от реализации продукции или дохода опережали темпы роста нематериальных активов. Таким образом, на наш взгляд, наиболее правильный путь к решению вопроса об оценке объектов интеллектуальной собственности состоит в применении к ним экономических подходов, в поиске исключительно экономического, а не бухгалтерского решения.

Известно, что на конечный эффект от использования нематериальных активов в общих результатах хозяйственной деятельности предприятия на ряду с прибылью, важную роль играют: снижение затрат на производство, увеличение объемов сбыта продукции, повышение платежеспособности и устойчивости финансового состояния предприятия.

Проблема действительно сложная, и постоянно увеличивающееся количество научных публикаций, нормативных документов и комментариев к ним полностью ее не проясняет. Наоборот, многие законодательные акты и нормативные документы Украины противоречат не только теоретическим разработкам по учету нематериальных

активов, но и друг другу.

Большинство авторов [1,2] в наиболее четком виде выделяют три признака характерных для нематериальных активов: отсутствие материальной (физической) формы, возможность получения дохода в настоящем и будущем (как следствие владения нематериальными активами) и долгосрочность функционирования активов — как правило, не менее нескольких лет. Правда, иногда выделяют еще один признак — «высокая степень неопределенности размеров возможной в будущем прибыли от их использования» [3], однако этот признак нельзя считать характерным только для нематериальных активов.

Таким образом, явно используется только бухгалтерский подход к учету нематериальных активов, который сводится к правильному отображению движения стоимостей, то есть к отображению фактов, которые состоялись.

На наш взгляд, с точки зрения, стратегического планирования бизнеса, такой подход устарел. Динамическая внешняя среда требует от предприятий умения использовать исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности для повышения их прибыльности. Для этого необходимо опережающее развитие учетно-аналитического обеспечения управления нематериальными объектами (активами предприятий).

В настоящее время на предприятиях Украины удельный вес нематериальных активов в имущественной массе всех активов значительно меньше по сравнению с аналогичными показателями предприятий в странах с развитой рыночной экономикой. Это прежде всего связано с тем, что на протяжении длительного периода времени на отечественных предприятиях объединялись цели учета и цели бизнеса, что недопустимо в системе рыночных отношений. На наш взгляд, учету исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности в составе нематериальных активов для целей бухгалтерского и статистического учета следует уделять больше внимания.

По нашему мнению, проблемы бухгалтерского учета нематериальных активов необходимо рассматривать с позиции развития бизнеса или оценки прав интеллектуальной собственности, а не с позиции выбора определенной комбинации учетной политики по отношению к нематериальным объектам.

Для эффективного использования нематериальных объектов необходимо проводить: анализ состояния и структуры нематериальных активов, (по источникам поступления, по видам, по срокам полезного использования, по степени правовой защищенности, престижности, по степени использования в производстве и реализации продукции, по направлениям убытия и пр.); анализ объема и динамики нематериальных активов (за отчетный период по сравнению с данными предыдущего периода, если имеются отчетные данные за несколько периодов проводится трендовый анализ); анализ ликвидности нематериальных активов и степени риска вложений капитала в нематериальные активы (по трём категориям: высоколиквидные, ограничено ликвидные, низколиквидные); оценку стоимости интеллектуальной собственности и нематериальных активов предприятий.

Следует отметить, что вложение капитала в нематериальные активы при оценке ликвидности имущества предприятия принято относить к низколиквидным. Именно поэтому, при их необоснованном увеличении снижаются показатели текущей ликвидности, уменьшается оборот основных средств и всего капитала предприятия.

Анализ эффективного использования нематериальных активов проведенный на ряде промышленных предприятий Харьковского региона (ОАО "ХТЗ", НПО "Турбоатом", ГП завод им. Малышева и др.) показал, что среди установленных задач стратегического планирования бизнеса, как раз оценка стоимости интеллектуальной собственности и нематериальных активов предприятий является наиболее

проблематичной для субъектов хозяйственной деятельности Украины. Сложность оценки стоимости интеллектуальной собственности и нематериальных активов обусловлена, с одной стороны, разнообразием видов объектов интеллектуальной собственности, так как каждый из них должен быть оригинальным. С другой стороны, сложность оценки связана с различными способами возникновения интеллектуальной собственности на предприятии и различными условиями, формами практического использования в нематериальных активах предприятий. Доход, получаемый от использования объектов интеллектуальной собственности, как правило, определяется путем сравнения результатов деятельности предприятия в базовом (последний период к началу использования объектов интеллектуальной собственности) и расчетном (после начала использования объектов интеллектуальной собственности) периодах. Сравнение результатов работы предприятия в базовом и расчетном периодах проводится путем приведения средних экономических количественных и стоимостных показателей базового периода к аналогичным показателям расчетного периода.

Следует отметить, что при определении дохода, который получили в расчетном периоде от реализации продукции, изготовленной с использованием объектов интеллектуальной собственности, необходимо учитывать, что возможны следующие варианты соотношения себестоимости и цены продукции. Первый - использование объектов интеллектуальной собственности приводит к изменению себестоимости, а цена продукции при этом не изменяется. Второй - использование объектов интеллектуальной собственности приводит к изменению цены и себестоимости продукции.

Для выявления степени влияния одного или нескольких защищенных в Украине объектов интеллектуальной собственности на доход предприятия необходимо ввести коэффициент, который будет определять часть дохода всех защищенных объектов интеллектуальной собственности в общем доходе.

Этот коэффициент может быть определен на базе производственно-промышленных показателей продукции, методом экспертной оценки и смешанным методом.

Метод экспертной оценки для определения коэффициента применяется в случаях, когда невозможно определить его величину по производственно-промышленным показателям или когда определенный по этим показателям коэффициент не отображает реальное влияние объектов интеллектуальной собственности на получение прибыли.

Смешанный метод определения коэффициента, выделяет часть объектов интеллектуальной собственности в приросте дохода, который предприятие получает от реализации продукции.

В случае если на предприятии освоена целиком новая для предприятия продукция (отсутствует база для сравнения), то часть дохода, который приходится на объекты интеллектуальной собственности, использованной в этой продукции, определяется с помощью коэффициента новизны объекта промышленной собственности, и коэффициента достигнутого положительного эффекта. [2]

Применение данного подхода к оценке нематериальных активов позволит при минимальных материальных затратах обеспечить улучшение стратегического планирования на предприятиях промышленности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Шерemet A.Д., Сайфулин P.С. Методика финансового анализа. – М.: Инфра-м, 1995
2. Четыркин Е.М. Методы финансовых и коммерческих расчетов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Дело Лтд, 1995
3. Weston J.F., Copeland T.E. Managerial Finance, 9-th ed. – Dryden, HBJ, 1992

**БІЗНЕСОВІ ПЛАНИ ЯК ПРОЯВ ЦІЛЕСПРЯМОВАНOSTІ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ
ОРГАНІЗАЦІЙ (ГРОМАДСЬКА ДУМКА ПІДПРИЄМЦІВ МАЛОГО БІЗНЕСУ
ХАРКІВЩИНИ)**

УДК 316.42

Жеребятнікова І.В. (ХДЕУ)

Процес становлення цивілізованого підприємництва в Україні пов'язаний із формуванням надійних підприємницьких структур, діяльність яких відповідала б цілям демократизації українського суспільства на основі ринкової економіки. Тому особливої значущості набуває вивчення бізнесових планів вітчизняних підприємців та з'ясування загроз їх здійснення. Адже тільки цілеспрямовані бізнес-організації здатні реалізувати підприємницький потенціал, задовольнити суспільні потреби в якісно новому виді економічної поведінки - підприємницькій активності.

За даними конкретно - соціологічного дослідження, проведеного співробітниками кафедри соціології праці та управління Харківського національного університету ім. В.Н.Каразіна за участю автора (анкетне опитування 380 підприємців малого бізнесу Харківського регіону; вибірка багатоступнева, квотна; 2000 р), більшість опитаних представників малого бізнесу мають плани затвердитися у підприємстві: 17,9% уже розширюють свій бізнес, 21,1% планують це зробити цього року, 37,4% - у перспективі. Не мають чітких цілей розвитку 23,2% респондентів, тобто у підприємницькому середовищі переважає усталена орієнтація на те, щоб зробити приватний бізнес справою всього життя.

Звертає на себе увагу те, що малий бізнес регіону прагне до контактів на міжнародному рівні.

Розширення зовнішніх соціально - економічних зв'язків, включення вітчизняних господарських структур у міжнародний розподіл праці, оволодіння суб'єктами бізнесової діяльності технологіями міжнародного ділового партнерства - усе це вимагає знання ставлення підприємців до ділових стосунків із зарубіжними партнерами. Участь у міжнародному співробітництві малого бізнесу має специфіку, зумовлену його специфічними характеристиками, а також неусталеною практикою такої діяльності. Пошуку відповідей на запитання "Чи слід малим підприємницьким спільнотам виходити на зовнішні ринки і якщо так, то на які саме?" має передувати аналіз ставлення підприємців до взаємодії із зарубіжними партнерами взагалі, потреби в такому партнерстві, його місця серед їх бізнесових планів.

Міжнародні контакти цікавлять переважно респондентів, які мають фірми. Серед індивідуальних підприємців 71,5 % взагалі не орієнтовані на взаємодію із зарубіжними партнерами, співробітничать з останніми 12% (серед власників фірм - 17%). Мають зарубіжного партнера переважно чоловіки порівнено з жінками (19% і 8%), також мешканці міста порівнено з тими, хто проживає в області (17% і 11 % відповідно).

Пошуком зарубіжних партнерів зайнята третина представників малого бізнесу, з них кожний десятий планує розпочати спільний бізнес вже найближчим часом і 23,5 % - у перспективі. Кожний сьомий опитаний уже має зарубіжного партнера, причому серед членів підприємницького союзу - кожний четвертий, тобто членство у підприємницьких організаціях позитивно впливає на розширення ділових контактів респондентів. Серед тих, хто співробітничав з зарубіжними партнерами, 23,1% відмітили позитивний вплив на їх бізнес діяльності Держкомітету по підтримці підприємництва, 17% вказали на негативний вплив і 13% засвідчили відсутність будь - якого впливу з боку цієї структури.

За нашими даними, на міжнародне співробітництво представників малого бізнесу незначний вплив мають об'єднання підприємців. Серед респондентів, у яких є

зарубіжний партнер, кожний четвертий відмітив позитивний вплив на його бізнес діяльності таких об'єднань (див. табл. 1).

У підприємницькому середовищі існують розбіжності між вибраними стратегіями розвитку приватного бізнесу: 42% опитаних схильні надавати перевагу діям, спрямованим на те, щоб їх фірма вижила сьогодні, 39% налаштовані на укріплення свого положення у близькому майбутньому, для 19% респондентів головним є забезпечення розвитку бізнесової стратегії на тривалий термін. Довгострокове бачення цілей розвитку своєї підприємницької діяльності у респондентів дещо посилюється із збільшенням підприємницького стажу (див. табл. 1).

Таблиця 1.
Співвідношення стратегії розвитку підприємницької діяльності
і терміну заняття респондентами приватним бізнесом (у %)

Тип стратегії	Підприємницький стаж, років				
	До 1 року	1-3 роки	4-6 років	7-8 років	Більше 8 років
1. Головне, щоб бізнес (фірма) вижив сьогодні	51,3	44,2	40,5	42,9	32,7
2. Необхідно укріпити своє положення у близькому майбутньому	30,8	43,3	41,4	26,8	46,2
3. Необхідно забезпечити розвиток стратегії на тривалий час	17,9	12,5	18,1	30,4	21,2

Бізнесові плани, детерміновані численними факторами. Так, лише кожний сьомий опитаний засвідчив, що не має наміру залишити бізнес ні за яких обставин, а інші знаходяться під впливом ряду негативних моментів.

Індивідуальних підприємців і власників приватних фірм рівною мірою може спонукати залишити бізнес тиск з боку криміналітету, загострення конкуренції, загроза особистій безпеці. Разом з тим, за наявності високооплачуваної роботи за спеціальності більша частка індивідуальних підприємців здатна згорнути свій бізнес (38,4% порівняно з 26% серед власників фірм). Очевидно, підприємництво для цих респондентів стало вимушеним заняттям за умов неможливості професійної самореалізації і самоствердження в інших сферах. Для індивідуальних підприємців більш відчутним є також тиск з боку державних інститутів (56% і 45% відповідно).

Серед тих, хто не планує розширяти бізнес, третина опитаних вказала як на можливу причину згорання бізнесу на тиск з боку кримінальних структур. Можливо, саме страх перед ними і не дозволяє цим підприємцям розширятися. Серед тих, хто активно розширяється, криміналітет як загрозу сприймає кожний п'ятий опитаний. Ці дані ще раз підтверджують згубність впливу криміналу на перспективу підприємництва на Харківщині.

Матеріали дослідження свідчать про гендерні відмінності у поведінці підприємців щодо бізнесової діяльності. Так, чоловіки більше, порівняно з жінками, занепокоєні особистою безпекою і в разі її відчуття більше схильні до згорання бізнесу (48% і 38% відповідно), в той же час їх менше лякає банкрутство (39% і 52%), ненадійність партнера (11% і 18%). Серед чоловіків майже удвічі більше тих, хто відмітив, що ні за яких обставин не залишить підприємництво (17% і 9,8% відповідей).

Зробимо деякі висновки. Серед підприємців малого бізнесу Харківщини існує стабільний прошарок тих, хто налаштований на розширення бізнесу, зокрема, має плани

щодо міжнародного співробітництва. Але їм необхідна всебічна підтримка, що можливо за умови становлення цілісної системи соціального управління підприємництвом, яка б "знімала" численні загрози, з якими спіткається сучасне мале підприємництво.

Вкрай важливим є створення інфраструктури підтримки підприємництва, котра могла б повною мірою забезпечити підприємницьку діяльність, що передбачає:

- створення інноваційних і впроваджувальних центрів, які б фінансувалися на дольовий участі держави і приватного бізнесу;
- створення "інкубаторів" нового бізнесу - спеціалізованих фірм, які б надавали допомогу підприємцям - початківцям (юридичну, фінансову тощо);
- організацію (розширення) консультативних центрів з питань управління, маркетингу, реклами, перепідготовки і підвищення кваліфікації підприємців.

Подальший розвиток підприємництва не можна проектувати без опори на реальну дійсність, без освоєння зарубіжного досвіду виникнення, функціонування підприємництва, а також без уясування специфіки вітчизняної практики становлення і відродження підприємництва з урахуванням особливостей регіонального розвитку.

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Шишмарёва Л.О. (ХГЭУ)

В современных условиях развития экономики Украины особую актуальность приобретает проблема достижения макроэкономической стабилизации и обеспечения экономического роста. Её решение возможно лишь на основе эффективной работы предприятий всех отраслей национального хозяйства. Мировой опыт показывает, что успешной работе предприятий, укреплению их конкурентных позиций во многом способствует научно обоснованная стратегия развития.

В условиях рыночной экономики каждое предприятие должно искать свой путь развития в соответствии с требованиями рынка. Иными словами, чтобы нормально функционировать нужно расти, изыскивать новые формы применения капитала, новые экономически эффективные технологии производства, новые формы доведения продукции до рынка. Для этого необходимо знать конъюнктуру рынка, уметь эффективно использовать потенциал предприятия. Всё это обуславливает необходимость разработки стратегии предприятия.

Процесс разработки стратегии представляет собой сложную задачу. Начиная его, организации обычно имеют слабое представление о ситуации, с которой они столкнутся, и о путях решения проблемы. Окончательный выбор стратегии является результатом непрерывного, многократного процесса учёта и анализа многочисленных динамических факторов и включает ряд этапов.

Первым и ответственным этапом разработки стратегии является формулирование миссии и целей предприятия. Важность и необходимость формулирования целей предприятий объясняется тем, что без них становится невозможным управление. Цель придаёт осмысленность любым действиям. Общая логическая цепь здесь такова: цель — задачи подразделений — планы — задания исполнителям — функции (работы) — контроль выполнения.

Важную роль в процессе разработки стратегии играет анализ внешней и внутренней среды, а также тенденций их развития на краткосрочную и долгосрочную перспективу. Он позволяет предприятию действовать более эффективно, заранее готовясь к возможным негативным изменениям (появлению угроз) и стремясь

максимально использовать положительные тенденции развития окружающей среды, потенциал предприятия.

Анализ внешней среды включает исследование макроокружения (среды косвенного воздействия) и микросреды (среды непосредственного окружения). К среде косвенного воздействия относятся: экономическая, технологическая, социальная, государственная и политическая, международная среда. К среде непосредственного окружения относят ту часть внешней среды, с которой предприятия имеют непосредственное взаимодействие. Это потребители, поставщики, конкуренты, так называемые «контактные аудитории», правовая среда.

Анализ внутренней среды включает оценку действующих стратегий, анализ использования потенциала предприятия, а также его сильных и слабых сторон, определение сфер деятельности, требующих немедленного вмешательства.

На основе анализа внешней и внутренней среды выявляются сильные и слабые стороны предприятия, возможности и угрозы, с которыми ему придётся столкнуться в будущем. Для совместного изучения внешнего окружения и внутренней среды используется *SWOT*-анализ (аббревиатура английских слов: *Strength* — сила, *Weakness* — слабость, *Opportunity* — возможность, *Threat* — угроза). Технология проведения *SWOT*-анализа предусматривает составление таблицы, в левую часть которой вписываются все выявленные ранее сильные и слабые стороны, а в правую — возможности и угрозы. *SWOT*-анализ используется в качестве информационной основы для формулирования стратегических проблем и альтернативных стратегических решений.

Информация, полученная в результате анализа внешней и внутренней среды, позволяет сделать выводы о тенденциях развития предприятия и его окружающей среды. Эти выводы носят характер прогноза, который представляет собой научное предвидение возможных состояний объекта в будущем или альтернативных путей и сроков достижения этих состояний.

После анализа внешней и внутренней среды начинается собственно процесс выработки стратегии. Он состоит из этапов разработки, доводки и оценки. На этапе разработки создаётся концепция стратегии, в рамках которой определяется набор различных стратегических альтернатив, позволяющих достичь поставленных целей с той или иной эффективностью.

Стратегическая альтернатива представляет собой возможный курс действий в рамках выбранной базовой стратегии. Например, предприятие может выбрать одну из базовых стратегий: роста, ограниченного роста, сокращения или комбинированную. Для достижения целей в рамках выбранной стратегии предприятие разрабатывает большое количество стратегических альтернатив, учитывающих конкретные условия его деятельности, а также внешние и внутренние факторы. Такими альтернативами могут быть различные мероприятия в области ценовой политики, диверсификация производства, разработка и внедрение новых видов продукции, снижение издержек и другие.

На этапе доводки стратегии дорабатываются до уровня адекватности целям развития предприятия с учётом жизненного цикла продукции и синергического эффекта, разрабатываются функциональные стратегии.

На третьем этапе осуществляется анализ и оценка стратегических альтернатив и выбор стратегии. Задача выбора заключается в том, чтобы выбрать стратегию, обеспечивающую максимальную эффективность работы предприятия в будущем и учитывающую возможности предприятия. Для оценки стратегических альтернатив применяются различные показатели. Среди них наиболее важными являются: возможный рост объёма реализации продукции с учётом анализа существующей конкуренции, производительности труда, прибыли, рентабельности как отношения прибыли к вложенному капиталу, увеличение или уменьшение доли рынка.

Реализация стратегии должна обеспечивать повышение конкурентоспособности производимых товаров и услуг, а также усиление конкурентных преимуществ предприятия на рынке. Для реализации стратегии и контроля за её осуществлением необходимо разрабатывать систему взаимосвязанных планов, отражающих принятые стратегические решения и распределение ресурсов. К ним относятся стратегический план, планы развития предприятия, тактические планы.

Стратегический план включает в себя цели предприятия, определяющие место организации в будущем, выбранные стратегии действий и служит ориентиром для всех других планов. Планы действий предприятия могут носить наступательный или оборонительный характер. Наступательные планы предполагают развитие предприятия: производство новых товаров и услуг, выход на новые рынки сбыта, достижение конкурентного превосходства. Наступательные планы используют, как правило, крупные фирмы с высоким экономическим потенциалом.

Средние и малые фирмы чаще всего применяют оборонительные планы, которые нацелены на удержание своих позиций на рынке и предупреждение банкротства.

План развития предприятия содержит перспективы совершенствования производства. В нём определяются мероприятия, необходимые для развития предприятия, например, для создания новых поколений продуктов и услуг, перестройки организационной структуры предприятия, диверсификации производства и т.д. Чаще всего план развития предприятия оформляется в виде бизнес-плана.

Тактические планы являются основным инструментом реализации стратегических планов. Они разрабатываются в соответствии со стратегическими планами, в их развитие, и определяют тактику реализации выбранной стратегии. Это планы текущей деятельности, включающие краткосрочные и оперативные планы, содержащие тактику решения проблем.

Как в стратегических, так и в текущих планах формулируются основные задачи экономической политики предприятия на определённый период и конкретные пути их решения, определяются необходимые для этого материальные и финансовые средства, методы их наиболее эффективного использования с учётом конкретных условий.

Формирование научно обоснованной стратегии развития и её успешная реализация будут способствовать повышению эффективности производства и конкурентоспособности предприятий.

ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ ПЛАНИРОВАНИЯ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

УДК 658.5.012.2

Плохая Е.Б. (ХГЭУ)

Низкая эффективность управления производством является одной из главных внутренних проблем, препятствующих нормальному функционированию отечественных предприятий в условиях перехода к рыночным отношениям.

Одно из центральных мест в решении данной проблемы должны занимать трансформационные преобразования в системе планирования. В связи с этим возникает необходимость переосмысления сущности, принципов, функций и методов планирования. Процесс переосмысления значения планирования в деятельности предприятия замедляется, прежде всего, по причине довольно распространенного со времен командно-административного управления представления о планировании только как о функции управления. В современных условиях глобализации управленческих процессов такой односторонний подход является далеко не исчерпывающим.

Планирование следует рассматривать не только в узком понимании – как один из этапов (одну из функций) процесса управления, но и в широком смысле – как управленческую систему, характеризующуюся входными и выходными информационными потоками, а также определенной совокупностью связанных друг с другом элементов, обеспечивающих достижение поставленной цели.

По определению Т.Саати [4], планирование как систему характеризуют следующие признаки:

- 1) назначение – достичь желаемой цели;
- 2) функции – исследовать среду, ситуации, структуру, выбрать альтернативы и оценить действия;
- 3) потоки – информация между специалистами по планированию и пользователями;
- 4) структуру – общий план, в пределах которого специалист по планированию сближает вероятный и желаемый результаты, используя обучение и обратную связь в форме суждений и данных для переоценки результатов.

Рассмотренные выше положения в своей совокупности позволяют представить планирование как сложную систему, которая в свою очередь, является одной из важнейших структурных составляющих более крупной системы – системы управления предприятием.

В структуре системы планирования, как правило, выделяют два уровня – стратегический и оперативный, причем первый в основном базируется на качественных показателях, а второй – на количественных. В связи с этим, возникает проблема сбалансированности обеих уровней планирования, так как различия между формированием и осуществлением намерений препятствуют реализации выбранной стратегии.

Попытка установить взаимосвязь между стратегическим и оперативными планами, а также прошлыми и будущими результатами, внутренними и внешними аспектами деятельности предприятия, была предпринята в работах американских ученых Д.Нортон и Р.Каплана [5]. Предложенная сбалансированная система реализуется в рамках организационной иерархии в направлении сверху вниз. Несмотря на значимость предпринятой попытки, основным недостатком является построение и внедрение системы показателей по принципу вертикальной иерархии. Действительно, согласование и координация стратегических альтернатив с оперативными планами и действиями является одним из путей совершенствования системы планирования, однако, в условиях неопределенности и хаотичности рыночных процессов продвижение информации по уровням управленческой иерархии не соответствует скорости изменений во внешней среде. Приоритетным направлением в достижении согласованности планов является реструктуризация организационной структуры предприятий, традиционно сформировавшихся по принципу вертикальной иерархии. Данное положение обуславливает необходимость трансформации организационной структуры отечественных предприятий из вертикальных в горизонтальные (плоские иерархии) с минимальным числом уровней между высшим руководством и непосредственными исполнителями, так как управление по горизонтали на основе так называемых базовых процессов [1] является более действенным.

Следующим направлением в преодолении проблемы отсутствия необходимой связи между стратегическим и оперативным планированием является целевая сбалансированность планов. Формирование целевых ориентиров и на этой основе выработка стратегии, как правило, является исключительным правом высшего уровня управления. По этой причине стратегические цели не охвачены оперативным планированием, что впоследствии, затрудняет их реализацию. Мнения по поводу целевых критериев предприятия расходятся. Одни ученые считают приоритетной

целевую функцию, сводимую к максимизации прибыли [2]. Другие утверждают, что ключевые величины, например, прибыль по торговым операциям или базирующиеся на ней показатели, уже малоэффективны, и предлагают в качестве основного целевого ориентира при планировании максимизацию стоимости предприятия [3].

Прибыльность бизнеса, несомненно, является важным целевым ориентиром предприятия при планировании, однако, далеко не единственным и исчерпывающим. Нестабильность внешней среды не позволяет ориентировать производственную систему на достижение единственного максимально возможного результата на основе конкретных значений экономических параметров, поскольку изменения в условиях производства и реализации продукции могут лишить смысла ранее совершаемые действия. В связи с этим, круг целей планирования и связанных с ними задач должен быть значительно шире и охватывать больший спектр проблем.

Формирование целей при планировании должно осуществляться в несколько этапов и учитывать потребности всех участников управленческого и производственного процессов, что даст возможность повысить заинтересованность в планировании и ответственность сотрудников.

В процессе формирования целей можно выделить следующие этапы:

- 1 этап. Генерация целей каждым подразделением предприятия.
- 2 этап. Выбор группы экспертов, представителей каждого из подразделений предприятия, и определение ими шкалы оценки целей.
- 3 этап. Оценка целей группой экспертов согласно выбранной шкалы.
- 4 этап. Отбор приоритетных целей в зависимости от набранной суммы баллов.
- 5 этап. Формирование задач каждого подразделения в соответствии с выбранным комплексом целей.
- 6 этап. Реализация целей как в стратегическом, так и в оперативном плане, посредством обмена информацией на протяжении формирования планов обеих уровней.

Таким образом, на пути совершенствования системы планирования отечественных предприятий необходимо преодолеть ряд проблем, прежде всего связанных:

- 1) с переосмыслением сущности и значения планирования в системе управления предприятием, что дает возможность рассматривать его как целостную управленческую систему;
- 2) с трансформацией организационных структур, созданных по принципу вертикальной иерархии, в горизонтальные, что дает возможность сократить уровни прохождения информации, необходимой для сбалансирования стратегических и оперативных планов;
- 3) с формированием процесса выбора согласованных целевых ориентиров, что даст возможность достичь необходимой связи между стратегическими и оперативными планами предприятия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бирн Д. Горизонтальная корпорация: новый метод управления производством // Бизнес уик. – 1995. – № 7. – с. 35-41
2. Бухалков М.И. Внутрифирменное планирование. – М.: ИНФРА-М, 1999.-392с.
3. Вебер Ю., Кноррен Н. Обеспечение рациональности путем планирования, ориентированного на увеличение стоимости предприятия // Проблемы теории и практики управления. – 1999.-№3.-с. 74-79
4. Саати Т., Кернс К. Аналитическое планирование. Организация систем./ Пер. с англ. – М.: Радио и связь, 1991. – 224с.
5. Хорват П. Сбалансированная система показателей как средство управления предприятием // Проблемы теории и практики управления. – 2000.- № 4. – с. 108-113

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ: ПРОБЛЕМА ВЫБОРА

УДК 658.009.12

Ястремская Е.П., Попов А.С. (ХГЭУ)

Оценка конкурентоспособности предприятий является средством получения оперативной информации об их положении на рынке. Современная экономика характеризуется неоднозначностью подходов к исследованию конкурентоспособности предприятия, что подтверждается использованием множества методов ее оценки. Выбор наиболее рационального метода предоставит возможности предприятию более оперативно и адекватно реагировать на изменение факторов внешней и внутренней среды.

Применяемые методы оценки уровня конкурентоспособности предприятия могут быть объединены в следующие группы:

- методы анализа сравнительных преимуществ;
- методы, основанные на теории качества товара;
- методы, использующие теорию эффективной конкуренции;
- методы, основанные на теории равновесия;
- матричные методы;
- комплексные методы.

Методы анализа сравнительных преимуществ являются одними из наиболее распространенных при анализе и оценке конкурентоспособности предприятия и основываются на исследовании этой категории при помощи анализа сравнительных преимуществ, позволяющих обеспечить относительно более низкие издержки производства по сравнению с конкурентами.

Обычно оценка уровня конкурентоспособности производится путем сравнения уровней одного из показателей производственной или сбытовой деятельности предприятия и соответствующего показателя предприятия-конкурента: чем выше показатель, тем более конкурентоспособным является предприятие.

Методы, использующие теорию качества товара, основываются на потребительской ценности выпускаемой продукции. Важнейшие параметры продукции анализируемого предприятия сопоставляются с соответствующими параметрами аналогичного товара, выпускаемого конкурентом. Оценка производится при помощи сопоставления степени удовлетворения потребностей покупателей конкретной продукцией с учетом их значимости со степенью удовлетворения эталонным продуктом.

Методы, использующие теорию эффективной конкуренции, основываются на сравнении показателей положения предприятий одной отрасли с конкурирующими предприятиями и со среднеотраслевыми. При этом, как правило, рассматриваются показатели эффективности производственной деятельности, эффективности сбыта и финансового состояния предприятия. При превышении показателями исследуемого предприятия среднеотраслевого уровня или конкретных конкурентов делается вывод о достаточной конкурентоспособности субъекта хозяйствования.

Методы, основанные на теории равновесия. При использовании этих методов предприятие является более конкурентоспособным при наличии у него средств производства, которые могут быть использованы с большей производительностью, чем соответствующие средства конкурентов. Показателем, определяющим конкурентоспособность, служит относительная стоимость средств производства. Причем, чем она ниже у исследуемого предприятия по отношению к конкурентам, тем более конкурентоспособным является данный субъект хозяйствования.

Матричные методы основаны на концепции жизненного цикла товара, каждый этап жизненного цикла которого может реализовать продукцию в определенном

объеме, что влияет на занимаемую долю рынка и динамику продаж.

Как правило, при исследовании используется матрица, разработанная Бостонской консультативной группой, имеющая четыре квадранта и построенная с использованием двух показателей, один из которых представляет собой темпы роста емкости рынка, а второй - относительную долю производителя продукции на рынке. Матричные методы оценки конкурентоспособности применяются не только к конкретному виду продукции, но и к предприятиям в целом. Дальнейшим развитием матрицы БКГ является матрица Мак-Кинзи, имеющая девять квадрантов, в которых отражаются комплексный показатель привлекательности рынка и стратегическое положение фирмы на рынке.

Комплексные методы при оценке конкурентоспособности предприятия используют системные оценки, которые включают в себя как эффективность производства предприятия, так и анализ выпускаемых видов продукции. Эффективность производства чаще целесообразно рассчитывать при помощи показателей эффективности производственно-хозяйственной деятельности с учетом технического, технологического, организационного направлений. Оценку продукции следует производить путем сравнения ценовых и потребительских характеристик конкурентов.

Помимо приведенного перечня методов, можно выделить графические методы представления конкурентоспособности предприятия. Примером может служить паутинный график. Эти методы характеризуются большим уровнем наглядности, но на практике не применяются из-за чрезмерной упрощенности.

Характерные преимущества и недостатки исследованных методов оценки конкурентоспособности приведены в таблице.

Таблица 1

Характеристика методов оценки конкурентоспособности предприятия

Наименование метода	Преимущества	Недостатки
Методы анализа сравнительных преимуществ	Простота применения, оперативность, однозначность получаемых результатов	Не учитывают все составляющие конкурентоспособности, не дают возможности оценить возможность адаптации предприятия к изменяющимся условиям внешней среды
Методы, применяющие теорию качества товара	Простота применения	Не учитывают эффективность производственной деятельности предприятия
Методы, использующие теорию эффективной конкуренции	Простота применения, оперативность, однозначность получаемых результатов	Сложность в разграничении показателей по группам, трудоемкость расчетов при анализе частных показателей
Методы, основанные на теории равновесия	Часто используется на практике	Не характеризуют гибкость деятельности предприятия, однородность выпускаемой продукции, предполагают наличие значительного количества предприятий в исследуемой отрасли. Главный признак конкурентоспособности – равновесие в нестабильных экономических условиях практически не исследуется
Матричные методы	Наглядность	Упрощенность результатов из-за отсутствия учета значимости показателей, трехбалльной шкалы
Комплексные методы	Простота использования, однозначность получаемых результатов	Сложность оценки всей товарной массы, ограниченность анализа производственного процесса

Авторами разработан подход к оценке конкурентоспособности предприятия, использующий теорию эффективной конкуренции, который основан на комплексном анализе факторов. Предложенный подход обеспечивает объективную характеристику конкурентоспособности предприятия за счет исследования развернутого набора факторов (товар, положение на рынке, продвижение товара, финансовое состояние, производство, организация, рабочая сила, технология), так как учитывает фактические значения показателей его деятельности и характеристики продукции, а также их значимость.

Его использование позволит предприятию повысить оперативность исследования, снизить затраты на его проведение, учесть изменчивость и риск рыночной сферы, что является чрезвычайно актуальным в современных трансформационных экономических условиях.

РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ КОНЦЕПЦИИ И ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЕЕ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ

Болотная О.В. (ХНУ им. В.Н. Каразина)

Истоки маркетинговой ориентации коренятся в эволюции развитых стран. В начале промышленной революции уровень жизни был крайне низким, а рынки – крайне скудными. Объем производства был строго ограничен, а цены для большинства населения – слишком высоки. Тем не менее, многие предприниматели достаточно легко находили рынки сбыта для товаров массового спроса среди населения, в том числе и тех, кто еще недавно не мог позволить себе покупать такие продукты. Редкими, дефицитными стали сырье, капитал, техника и труд – все эти необходимые факторы успешного производства. Потребителей тогда в расчет не брали.

Поворотным моментом в деловом мышлении считается, по разным оценкам, великая депрессия 30-х годов или период после второй мировой войны. Так или иначе, но к концу 50-х годов многие компании уже ясно осознавали ключевое значение потребителей. С экономическим ростом повысился уровень жизни потребителей, и теперь они могут свободнее распоряжаться большей частью своего бюджета. Основные потребности в пище, жилье, одежде и здравоохранении легче стало оплачивать, и увеличивающаяся доля покупательной способности стала направляться на удовлетворение их растущих потребностей. Теперь фирмы росли только при условии, если они находили способы заставлять потребителей тратить деньги.

Пятидесятые и шестидесятые годы были временем расцвета массового маркетинга. Восемидесятые годы вошли в историю маркетинга как десятилетия преобразований. Происходит процесс перехода от продажи практически всем покупателям одной и той же вещи, к удовлетворению индивидуальных потребностей, снабжая их продукцией и услугами, ориентированными на конкретного человека. Революционный поворот от массового маркетинга к индивидуализированному в странах с развитой рыночной экономикой настоящее время практически завершен (США, Великобритания, страны Западной Европы).

Стремясь нанести конкурентам удар посильнее, компании наводняют рынок новыми усовершенствованными товарами, подкрепляя подобные шаги ассигнованиями на рекламу, выпуском купонов, назначением премий и лотереями. В связи с этим появляется термин «сверхвыбор». Его значение на данном этапе набирает актуальности, потому что в погоне за завоеванием новых рынков производство продукции расширяется сверх разумной меры, практически и возможно, рациональности. Пока еще нет точных производственных данных, на которые можно опереться, но многие

производители товаров и услуг считают, что приблизительно от 80 до 90% всей новой или обновленной продукции (усовершенствованных изделий, товаров в новой упаковке, новых товаров длительного пользования, новых финансовых услуг, новых телевизионных шоу и фильмов, новых книг – всего нового) не дают удовлетворительной отдачи на вложенные в них средства. Ситуация значительно не изменится, т.к. коммерсанты считают что попали в порочный круг: чтобы сохранить и увеличить свою долю на рынке в определенной категории, необходимо в изобилии производить новую продукцию, но поток новых товаров имеет тенденцию сокращать продолжительность срока существования изделия, что в свою очередь требует дальнейшего обновления продукции.

Решить эту проблему и «разорвать» порочный круг можно, нарушив цикл путем выпуска специфических изделий, предназначенных для различных групп потребителей, и внедряя новые каналы связи с ними и методы распределения товаров.

На смену индустриальному обществу пришла информационная экономика, которая проникает и изменяет практически все аспекты жизни. Цифровая революция полностью изменила представление о космическом пространстве, времени и массе. Теперь компании вовсе не нужно занимать много места; она может быть виртуальной и находиться везде, родилась и развивается высокими темпами e-commerce (электронный бизнес).

Значительным шагом в развитии в маркетинговой концепции явилось применение баз данных. Множество компаний ведут различные формы, в которых отражаются детальные данные о перспективных и уже существующих клиентах, включая географические, демографические и психографические характеристики, а также обзор совершенных ими покупок. Благодаря такому анализу торговцы могут предлагать специфическую продукцию и различные услуги для каждого сегмента базы данных, что повышает как долю на рынке, так и качество удовлетворения спроса потребителя и его лояльность к фирме, предупреждая самонадеянные рекламные агентства.

Информационная направленность развития общества способствует более быстрому и дешевому распространению информации от производителя к потребителю. Практически с каждым днем для индивидуального потребителя становится все более доступной самая широкая информация о фирмах, товарах и услугах, которые они предлагают.

Цифровая революция открыла двери новым видам бизнеса. До сих пор было принято закупать товар с привлечением профессиональных продавцов, которые изучали каталоги, звонили поставщикам и старались договориться с ними о наиболее выгодных условиях. Сейчас агенты по закупкам начинают использовать в своей работе современные кибер-инструменты. Интернет предлагает доступ к такому объему информации, которого до сих пор у них никогда не было. Теперь стало намного легче искать поставщиков, оценивать их кредитоспособность и надежность.

Оптимистические оценки e-commerce не всегда оправданы. Если ограничиваться одной страной, либо странами, имеющими общие границы, то основная проблема – транспортировка товара конечному потребителю, вполне разрешима. Хотя возмездность за эту услугу высокая, Интернет действительно дает возможность в интерактивном режиме выбрать как товар, так и поставщика. Однако расходы на товародвижение можно как минимум на порядок превосходить цену товара, а иногда это товародвижение организационно затруднено. Поэтому, с точки зрения поиска деловых партнеров, сравнительных оценок конкурентоспособности товаров, ориентации в товарных конъюнктурах Интернет открывает большие возможности, но применимость e-commerce пока ограничена.

Сегодня маркетинг превращается в сражение, в основе которого лежит владение информацией. Конкуренты могут скопировать ваше оборудование, товар, систему управления, но они не в силах продублировать информацию и интеллектуальный капитал компании. Содержание информационной базы может стать главным преимуществом компании.

Рынок претерпевает впечатляющие изменения. Изменения в демографии и стиле жизни и радикально новые технологии средств коммуникации нанесли сокрушительный удар по практике массового маркетинга. Сейчас общество являет собой многоплановую картину, в центре которой неоспоримо находится потребитель.

Благодаря развитию частных и государственных баз данных участники рынка могут сейчас получить доступ к своим собственным потребителям и потребителям конкурента посредством выпуска специфической продукции, услуг и предложений, ориентированных на индивидуальные потребности и персональные характеристики потребителей.

Бесплатная телефонная служба; считывание данных с терминалов компьютеров; целевая направленность почтовой рекламы на индивидуальный стиль жизни и психологию потребителя; подъем в организации клубов постоянных клиентов; средства электронной коммуникации для совершения покупок, не выходя из дома, ТВ и Интернет – все это изменило форму торговли, методы покупки и продажа.

Хороший симптом – утверждение уже испытанных и появление многообещающих новых методов решения стоящих перед рынком задач – смелых нововведений, внедряемых компаниями и организациями, полностью осознающими, что жизнь в новой эре требует нового мышления и новых путей к успеху.

Украинские маркетологи не работают в отрыве от общих мировых тенденций. Ими давно осознана необходимость освоения коммерческого кибер-пространства. На вооружение маркетинга интересных и полезных программных продуктов. Как в Украине, так и России популярен CD-ROM «Маркетинг и управление продажами» включающий пакеты: “Marketing GEO”, “Marketing plan-pro”, “Plan write-marketing plan” и другие. Создаются базы данных, разрабатываются методологии и методики стратегии рыночного поведения. Работы как правило ведутся параллельно. Но самое главное: маркетинг, его методы и приемы работы не ставят под сомнения, как это было несколько лет назад в Украине, а признаются и осваиваются.

СИСТЕМНЫЙ ПРИНЦИП МАРКЕТИНГ-АУДИТА

Катаев А.В. (ХНУ им.В.Н.Каразина)

Согласно методологическому принципу системности аудит маркетинга должен обладать целенаправленностью, целостностью, полнотой, а также специфическим описанием и целеориентированной структурой. Система аудита должна быть наделена определенной гибкостью. Как источник актуальной информации для руководства предприятия она сама является предметом метапланирования.

К важнейшим требованиям, предъявляемым к системе аудита маркетинга, и одновременно к ее признакам относятся:

1. Целенаправленность.

Формирование отдельных разделов общей программы аудита вытекает из стратегических задач предприятия (материальных, стоимостных и социальных), и, наоборот, после проверки возможностей достижения поставленных целей сводится к ним. Планы аудита служат инструментом наглядного представления целевых

показателей и возможностей их достижения, а отчеты по аудиту – инструментом наглядного представления фактического уровня достижения целей.

2. Целостность и полнота

При помощи системы аудита маркетолог получает информацию о свершившихся и будущих событиях, которая отражает экономические процессы и взаимосвязи предприятия и рынка. Однако только совокупность взаимопересекающихся результатов аудита дает системное представление о событиях и процессах. Поскольку процессы разработки различных разделов структуры аудита взаимосвязаны, то система аудита только в том случае позволит сделать содержательные выводы, при соблюдении условий ее полноты.

Результаты аудита маркетинга должны обеспечить эффективное планирование и контроль всей системы менеджмент-маркетинга, ее компонентов с учетом взаимопересекающихся целей, потенциалов и мероприятий во всех подсистемах и на предприятии в целом.

3. Структуризация планов аудита по содержанию, масштабам и временным параметрам

Процессы аудита маркетинга характеризуются содержанием, объемом и параметрами времени.

С точки зрения содержания программа аудита должна быть проблемно - ориентированной.

С точки зрения масштаба анализа и степени детализации исследуемой информации в зависимости от целевого назначения аудита и потребностей маркетологов различают укрупненные (грубые) и детализированные (уточненные) программы маркетинг-аудита.

Программы аудита системы маркетинга должны обладать проблемно - ориентированной информативностью. Это достигается при использовании, количественно выраженных агрегированных экономически значимых индикаторов.

4. Целеориентированная интеграция программы аудита маркетинга

Отдельные составляющие программы аудита маркетинговой деятельности предприятия должны быть интегрированы с ориентацией на цели, т.е. все они должны быть содержательно связаны одни с другими:

а) **Содержательная интеграция** плановых задач аудита и субъектов, отвечающих за их решение, осуществляется в рамках организационной структуры. Организационная структура предприятия и система аудита, т.е. организационная и планово-контрольная пирамиды, должны при наложении одна на другую совпадать по структуре и контурам.

б) **Интеграция во времени.** В зависимости от регулярности проведения процесса маркетинг-аудита различают неперерывный (нерегулярный) и периодический (регулярно повторяющийся) маркетинг-аудит.

в) **Содержательная и временная интеграция.** Целеориентированное согласование всех разделов программы маркетинг-аудита по содержанию и во времени может осуществляться последовательно или синхронно. Это означает, что содержание двух или более разделов общей программы аудита согласовывается одно с другим следующим образом: либо один раздел разрабатывается на базе другого (последовательный аудит); либо содержание разделов в процессе принятия решения определяется одновременно (синхронный аудит).

5. Гибкость, актуальность, эффективность

Чтобы успешно выполнять свое предназначение в качестве инструмента управления, система аудита должна отличаться гибкостью, актуальностью и экономичностью.

Гибкостью система аудита обладает тогда, когда она может приспосабливаться к изменениям внутренней и внешней среды предприятия. При проведении крупных реорганизаций система аудита в любом случае должна быть приспособлена к новой организационной структуре. Для повышения уровня гибкости системы рекомендуется разрабатывать альтернативные программы, планы по проведению контрольных расчетов. Вход, осуществление программы и выход из системы маркетинг-аудита должен быть своевременными.

Система аудита маркетинга должна быть экономически оправданной. Суммарный эффект от внедрения (краткосрочный и долгосрочный) должен, во-первых, покрывать издержки, и во-вторых, обеспечивать прибыль либо предотвращать убытки.

При формировании системы аудита нельзя переходить некоторые границы, за которыми начинается «избыток планирования и контроля», сковывающий инициативу и снижающий мотивацию персонала.

Для создания и успешного функционирования системы аудита на предприятии необходимо создавать определенные предпосылки:

а) кадровые, т.е. готовность руководства управлять предприятием в рамках системы аудита на основе четко сформулированных высших целей и принципов управления;

б) организационные, т.е. дееспособная организация предприятия. Органы управления и организационные единицы, образующие соответственно контрольно-плановую и организационную пирамиды, должны перекрывать друг друга.

в) информационные, т.е. наличие эффективного инструментария для сбора, переработки и передачи планово-контрольной информации.

К такому инструментарию относят:

- развитую систему учета информации, в частности систему управленческого и финансового учета;
- развитую прогнозно-аналитическую систему, позволяющую не только осуществлять общее прогнозирование развития внешней среды, но и получать текущие данные о рыночной конъюнктуре в условиях ограниченной информации и экономической неопределенности;
- хорошие профессиональные знания об элементах системы контроля и об объектах анализа, и опыт их применения;
- эффективную систему электронной обработки данных, базирующуюся на использовании аналитических, эвристических и имитационных моделей и позволяющую проводить обмен данными на расстоянии.

Таким образом, процесс аудита маркетинг-менеджмента на предприятии как системный процесс должен соответствовать определенным требованиям, подчиняться определенным правилам, иметь специфическую структуру.

МОДЕЛИРОВАНИЕ ДИНАМИКИ МНОГОУРОВНЕВОЙ ПРОИЗВОДСТВЕННО – СБЫТОВОЙ СИСТЕМЫ

УДК 519.862

Карюк М.В. (ХТУРЭ)

Современная экономическая ситуация характеризуется быстрым изменением спроса на выпускаемую продукцию, существенным перераспределением рынков сбыта. В связи с этим приобретают актуальность задачи совершенствования структуры и систем управления территориально распределенными производственно-сбытовыми системами (ПСС), планирования их развития[1]. Инструментом для решения

поставленных задач могут служить модели и программное обеспечение, позволяющее проводить анализ динамики спроса, запасов и производства [2].

Для оценки влияния различных экономических ситуаций и управленческих воздействий целесообразно применять аналитические методы, если модель описывается системой сравнительно небольшого числа линейных дифференциальных уравнений. Если же модель представляет собой систему большого числа нелинейных дифференциальных уравнений или разностных уравнений, имеющих высокий порядок и содержащих случайные возмущения, то аналитическая модель терит свою простоту, гибкость, наглядность, в этом случае для оценки различных экономических решений надо обратиться к имитации [3].

В настоящее время одним из наиболее перспективных приемов, позволяющих разработать легко адаптируемую модель, является методология Дж. Форрестера. В [4] предложен своеобразный количественный подход, который характерен тем, что проектировщику не нужно заниматься математическим истолкованием и формализацией изучаемых процессов, формулы должны иметь преимущественно структурный характер, что делает их элементарными в математическом отношении. Функционирование ПСС задается системой уравнений, которая должна соответствовать обстановке и взаимодействиям всех элементов моделируемой системы и процессам принятия решений.

В данной работе представлена универсальная динамическая модель, состоящая из пяти функциональных звеньев, в которой легко изменить число уровней, перейти к новому функциональному объекту, структуре, виду продукции.

Структура многоуровневой производственно-сбытовой системы представлена на рис.1, где стрелки, разделенные окружностями, отображают заказы, поступающие в розницу от потребителей, а сплошные стрелки отображают поток товаров в розницу.

Имея наглядную математическую модель пятиуровневой динамической системы, получаем модель с другим числом уровней посредством исключения информационной связи удаляемого звена и перенаправлением потоков информации таким образом, чтобы устранить разрыв, образовавшийся при исключении одного или нескольких функциональных уровней. Передача информации, необходимой для нормального функционирования системы в целом, ведется через следующие переменные системы: число невыполненных заказов, поток заказов, отгрузка продукции.

Настройка модели на конкретную систему производится путем идентификации параметров входящих в нее показательных запаздываний [4, 5].

Поиск наилучшего значения постоянной и порядка запаздывания можно отнести к задаче оптимизации, в которой характеристическая мера задается функцией одной переменной.

Функция представляет собой критерий близости K , полученный по методу наименьших квадратов

$$K = \sum_{i=1}^n [y_i - y_{m_i}]^2 \longrightarrow \min, \quad (1)$$

где n - количество точек наблюдения,
 y_i - выходные темпы реальной системы,



Рис. 1 Структура производственно-сбытовой системы

U_{m_i} - выходные темпы модели.

Применив метод «Золотого сечения» для нахождения наилучшего значения постоянной запаздывания для каждого фиксированного порядка запаздывания, выбираем оптимальные значения параметров модели, которые и будут решением задачи идентификации.

К достоинствам предложенной модели можно отнести такие аспекты:

- модель позволяет решать задачи управления и планирования;
- легко адаптируется под требуемую структуру;
- легко настраивается на конкретную топологию, технологию производства, вид продукции путем идентификации запаздываний.

Разработано программное средство, реализующее моделирующий алгоритм, которое позволяет идентифицировать показательные запаздывания и проанализировать динамику производственно-сбытовой системы. Данный программный продукт является инструментом выявления степени уязвимости системы под воздействием эволюционного изменения во времени ряда характеристик системы, способно отразить возможность маневра ресурсами и их эффективного использования на уровне обслуживающих подсистем и показать, насколько система усиливает или ослабляет возмущения, вызванные воздействием окружающей среды.

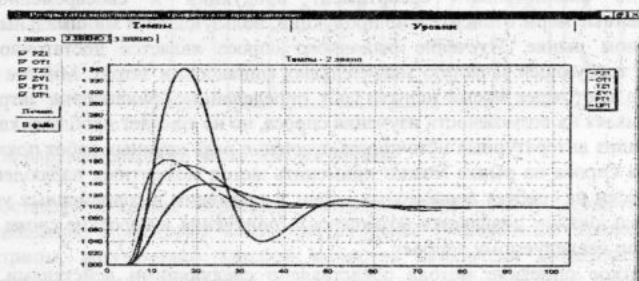


Рис.2 Реакция второго звена трехуровневой ПСС на 10-процентное увеличение розничных продаж

Анализ динамики ПСС, проведенный на построенной модели, позволяет получить информацию, необходимую для использования на различных этапах проектирования, создания, реорганизации и эксплуатации производственно-сбытовых систем с целью обеспечения максимизации степени адаптации ПСС в условиях эволюционного изменения во времени ряда характеристик системы и повышения эффективности функционирования элементов систем такого класса.

ЛИТЕРАТУРА

1. Петров Э.Г., Писклакова В.П., Бескоровайный В.В. Территориально распределенные системы обслуживания. – К.: Техника, 1992. – 208с.
2. Аврамчук Е.Ф., Вавилов А.А., Емельянов С.В. Технология системного моделирования. – М.: Машиностроение; Берлин: Техник, 1988. – 520с.
3. Вершинин О.Е. Компьютер для менеджера. – М.: Высшая школа, 1990. – 240с.
4. Форрестер Дж. Основы кибернетики предприятия. – М.: Прогресс, 1971. – 340с.
5. Цыпкин Я.З. Информационная теория идентификации. – М.: Наука, 1995. – 336с.

Совершенствование управления предприятием в условиях формирующихся рыночных отношений в Украине базируется на использовании новых подходов и методов, основанных на маркетинговых исследованиях рынка. Одной из первостепенных задач каждого предприятия является формирование высокоэффективного товарного ассортимента. Задача эффективного управления ассортиментом является ключевой на предприятии. Она подразделяется на две задачи: стратегическое управление ассортиментом и текущее управление. Первая задача предусматривает распределение средств с учетом возможностей рынка и предприятия, вторая - постоянное корректирование в текущем времени. Решение второй задачи призвано избавить предприятие от нерациональных запасов собственной продукции, как "смертельно опасных" в условиях недостатка оборотных средств. Не следует, однако, уменьшать ассортимент до узкой группы высокоэффективных товаров. При прекращении выпуска определенной продукции, теряется часть клиентов, которая, возможно, хотела ее приобрести. Методом изучения данной задачи является изучение потребительского спроса. С этой целью важно постоянно анализировать ассортимент продукции и своевременно принимать определенные меры относительно продукции, пользующейся минимальным спросом на конкретном рынке. Изучение рыночного спроса является достаточно трудоемкой задачей, требующей зачастую значительных финансовых затрат. Многие предприятия, фирмы в настоящее время испытывают определенные финансовые затруднения, что ограничивает их возможности изучения спроса, но не снимает проблему как таковую.

Анализ литературных источников, изучение ряда научных работ показало, что для изучения спроса на рынке можно применить метод моментных наблюдений, который практически не требует финансовых затрат и применим в современных условиях. При его использовании появляется возможность получения в короткие сроки достоверных данных по исследуемому вопросу.

Краткое описание метода представлено следующими действиями. Для начала выполняют разбивку товарного ассортимента на группы по признаку области применения. После этого необходимо осуществить выбор торговых точек, в которых реализуются исследуемые товары. Подготовив наблюдательные листы, в которых будет фиксироваться факт покупки, наблюдатель совершает обход торговых точек. Собрав необходимую информацию можно судить о том, к какому товару наиболее часто адресуются покупатели и наоборот, какой из товаров наименее интересуют потребителей. Для получения наиболее полной информации о потребительском спросе по данным проведенного обследования предлагается использовать метод иерархического анализа, достоинством которого является возможность учета как количественных, так и качественных характеристик объекта и отсутствие финансовых затрат на его проведение. Этот метод объединяет аналитический подход, опирающийся на алгебраическую теорию матриц с экспертными процедурами. Основная идея данного метода заключается в построении иерархии, на верхнем уровне которой определяется цель исследования. Далее на одном или нескольких уровнях определяются критерии, на основе которых будет приниматься решение. На последнем, нижнем уровне строят возможные исходные варианты. Для каждого уровня строятся матрицы суждений, при помощи которых определяется влияние факторов предыдущего уровня на факторы последующего уровня. Примерная схема иерархии формирования товарного ассортимента фирмы приведена на рисунке 1.

Уровень 1. Цель

Уровень 2. Первичные факторы

Уровень 3. Вторичные факторы

Уровень 4. Исходные варианты выбора

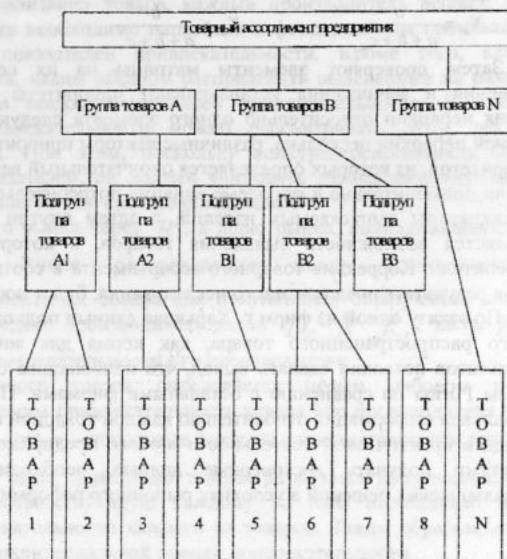


Рис.1 - Схема иерархии товарного ассортимента фирмы

После составления схемы иерархии устанавливаются преимущества каждого товара по отношению к каждому компоненту группы. Определение проводится с помощью матрицы, аргументами которой являются показатели потребительского спроса на исследуемые виды продукции: в качестве оценочного критерия взято число обращений потребителей к данному товару за исследуемый период ($W_1, W_2, \dots, W_n$).

Таблица 1

Матрица суждений о спросе на товар

Спрос на товар	Товар 1	Товар 2	Товар 3	Результат нормализации по строке	Влияние элемента на цель
Товар 1	W_1 / W_1	W_1 / W_2	W_1 / W_n	a	X_1
Товар 2	W_2 / W_1	W_2 / W_2	W_2 / W_n	b	X_2
Товар 3	W_n / W_1	W_n / W_2	W_n / W_n	c	X_n
Σ элементов по столбцу	α_1	α_2	α_n		

$$a = \sqrt{\frac{W_1 \times W_1 \times W_1}{W_1 \times W_2 \times W_n}}$$

$$b = \sqrt{\frac{W_2 \times W_2 \times W_2}{W_1 \times W_2 \times W_n}}$$

$$c_n = \sqrt{\frac{W_n \times W_n \times W_n}{W_1 \times W_2 \times W_n}}$$

Следующим этапом проводим нормализацию и вычисляем значения вектора приоритетов ($X_1, X_2, \dots, X_n$).

$$X_1 = \frac{a}{a+b+c_n} \quad X_2 = \frac{b}{a+b+c_n} \quad X_n = \frac{c_n}{a+b+c_n}$$

Затем проверяют элементы матрицы на их согласованность. Приведенные сравнения и вычисления устанавливают приоритеты среди элементов некоторого уровня иерархии относительно одного элемента следующего уровня. В случае, если уровней иерархии несколько, различные векторы приоритетов объединяются в матрицы приоритетов, из которых определяется окончательный вектор приоритетов для нижнего уровня применительно к проблеме влияния потребительского спроса на формирование номенклатуры выпускаемых изделий, а затем внутри каждой группы. Тем самым появляется возможность выявления товаров, в которых наиболее заинтересованы потребители. Коррекция товарного ассортимента в соответствии с данными, полученными в результате предложенного исследования, будет носить обоснованный характер.

По заказу одной из фирм г. Харькова данный подход был апробирован на примере такого распространенного товара, как корма для животных. Анализ полученных результатов позволил сделать вывод, что наибольшим спросом пользуется продукция фирмы Ригла по сравнению с остальными фирмами. Получена также важная конфиденциальная информация относительно каждой товарной единицы. Применение данного метода в практической деятельности любого предприятия позволит с минимальными затратами получать достоверные данные, необходимые для принятия верных управленческих решений в условиях рыночного реформирования экономики региона.

МОДЕЛИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНОГО РЫНКА ОГРАНИЧЕННОЙ ЕМКОСТИ

658.338

Туманова А.В. (ХТУРЭ)

В настоящей статье рассматриваются концептуальная и математическая модели конкурентной борьбы производителей на рынке ограниченной емкости.

Рынком называется сфера сбыта того или иного товара. Емкость товарного рынка – показатель, демонстрирующий принципиально возможный объем сбыта товара. Емкость рынка определяется объемом (в физических единицах или стоимостным выражении) реализуемых на нем товаров обычно в течение года. Емкость рынка обуславливается многими факторами: общей экономической и политической ситуацией в стране, национальным производством, объемом импорта и экспорта.

Рынки практически любых товаров обладают описанным выше свойством ограниченности. Анализируя эти рынки, можно выделить временной интервал, на котором можно считать количество потребляемого товара неизменным, а, следовательно, считать и рынок ограниченным некоторым количеством потребляемого товара на протяжении всего периода планирования.

Рассмотрим теперь поведение на данном рынке нескольких производителей одного и того же товара или однородных товаров. Логично предположить, что от продажи каждой единицы товара производитель получает некоторую прибыль, а, следовательно, он заинтересован в продаже как можно большего количества своего товара. Поэтому каждый производитель стремится увеличить свою долю в общем объеме продаж, другими словами, увеличить свою долю рынка. Поскольку рынок имеет ограниченную емкость, то при увеличении доли рынка у одного из производителей соответственно уменьшается доля рынка остальных производителей на то же количество товара и, следовательно, снижается их прибыль от реализации продукции. Если предположить, что производители приблизительно равны по мощности и влиянию на обстановку на рынке, то получим ситуацию конкуренции между производителями.

Получая прибыль от реализации товара, каждый производитель решает, какое количество свободных средств необходимо направить в фонд развития производства, т.е. на улучшение своих показателей привлекательности. Кроме того, каждый производитель должен решить, каким образом распределить выделенные на развитие средства между локальными показателями своей привлекательности. В качестве локальных показателей привлекательности можно рассматривать цену, рекламу, доступность, качество и т.д. При этом, поскольку конкурентоспособность товара является относительным показателем, он должен учитывать слабые стороны товаров своих конкурентов и их действия по улучшению показателей.

Обозначим емкость всего рынка через R , а долю рынка, принадлежащую i -му производителю через D_i . Рынок распределяется между производителями соответственно привлекательности их товара для покупателей, образующих данный рынок. Тогда доля рынка каждого производителя равна: $D_i = R \cdot K_i'$, здесь K_i' – нормированный показатель привлекательности i -го производителя.

Привлекательность каждого товара определяется целым набором разно-
а-
с-
твенных факторов. Обозначим привлекательность товара i -го производителя через $K_i = \{k_{i1}, k_{i2}, \dots, k_{im}\}$, здесь $k_{ij}, j = \overline{1, m}$ – локальные факторы привлекательности товара.

Для того чтобы можно было сравнивать товары различных производителей и определять долю рынка, соответствующую каждому из них, необходимо найти скалярные показатели привлекательности каждого из товаров. Таким образом, встает проблема формирования многокритериальной оценки привлекательности.

Основываясь на аддитивной теории полезности, в качестве такой оценки привлекательности можно взять сумму значений локальных показателей, взвешенных по коэффициентам их важности:

$$K_i = \sum_{j=1}^m k_{ij} a_{ij}, \quad (1)$$

где k_{ij} – j -ый локальный фактор привлекательности i -го производителя;

a_{ij} – весовой коэффициент j -го локального фактора привлекательности.

$$\sum_{j=1}^m a_{ij} = 1, \quad 0 < a_{ij} < 1. \quad (2)$$

Значения локальных параметров должны быть безразмерными и изменяться в пределах одного интервала, поэтому в качестве функции, определяющей значения локальных факторов привлекательности, выберем функцию следующего вида:

$$k_{ij} = \left(\frac{d_{ij} - d_{jnx}}{d_{jlx} - d_{jnx}} \right)^{\alpha_j}, \quad (3)$$

где d_{ij} – значение j -го показателя i -го производителя;

d_{jnx} – наихудшее значение j -го показателя;

d_{jlx} – наилучшее значение j -го показателя;

α_j – коэффициент нелинейности.

Значение j -го локального показателя привлекательности i -го производителя зависит от того, какое количество средств вложил i -й производитель в этот фактор, и

может быть вычислено с помощью производственной функции, которая представляет собой зависимость максимального эффекта от затрат:

$$d_{ij}(r_{ij}) = \left(\frac{r_{ij} - r_{j\min}}{r_{j\max} - r_{j\min}} \right)^{\beta_j}, \quad (4)$$

где r_{ij} – количество средств, выделенное i -ым производителем на обеспечение j -го локального показателя;

$r_{j\min}$ – минимально возможное количество средств, которое может быть выделено на j -ый показатель привлекательности;

$r_{j\max}$ – максимальное количество, которое может быть вложено в j -ый показатель привлекательности;

β_j – показатель нелинейности.

Поскольку конкурентоспособность – показатель относительный, то и показатель привлекательности, согласно которому распределяется рынок между производителями, должен учитывать привлекательность товаров других производителей; для этого введем нормированный показатель привлекательности:

$$K_i' = \frac{K_i}{\sum_{j=1}^n K_j}, \quad (5)$$

где K_i – показатель привлекательности данного производителя;

K_j – показатель привлекательности j -го производителя;

n – количество производителей-конкурентов.

Основной целью каждого из производителей является увеличение своей доли рынка $\varphi_i = D_i(K_i') \rightarrow \max$. Указанная цель может достигаться двумя путями:

- 1) увеличением доли фонда развития производства в общей прибыли производителя $\sum_{j=1}^m r_{ij} \rightarrow \max$, при этом $0 \leq \sum_{j=1}^m r_{ij} \leq D_i$;
- 2) оптимизацией способа распределения выделенных на развитие фондов между локальными параметрами привлекательности производителя, т.е. увеличением эффекта от вложения средств $K_i \rightarrow \max$.

Главной особенностью описанной задачи является высокая степень неопределенности и риска, возникающая при принятии решения, поскольку на момент принятия решения производителю неизвестны показатели привлекательности конкурентов и предпочтения покупателей

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОСВЕННЫХ КАНАЛОВ СБЫТА МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ

УДК 332.45

Павленко Т.Н. (НТУ «ХПИ»)

В настоящее время отечественные машиностроительные предприятия испытывают значительные затруднения со сбытом своей продукции. В большинстве своем, как показывает многолетний опыт, производители не в состоянии решить столь трудную

задачу исключительно собственными силами. Только привлекая к сбытовой деятельности опытных посредников, украинские предприятия могут оживить свою сбытовую, а, следовательно, и производственную деятельность.

Однако, необходимо не только привлечь высококвалифицированных посредников, но и заинтересовать их в эффективной работе. Достичь высокой творческой отдачи возможно только с помощью эффективного стимулирования их труда.

Сегодня предприятия всех форм собственности имеют возможность самостоятельно выбирать оптимальные модели материального стимулирования. В связи с этим появляется необходимость разработки эффективных методических приемов моделирования систем организации оплаты услуг посредников. В наибольшей мере современному состоянию экономики соответствуют гибкие системы материального стимулирования и получение доходов от собственности. Наши рекомендации, в большей степени, относятся к промышленным агентам (по нашему мнению, существует большая вероятность того, что в случае благоприятных условий развития посредничества в нашей стране, именно этот тип посредников будет наиболее распространен в Украине).

Как известно, промышленные агенты заменяют собой сбытовой аппарат промышленных предприятий. Они, сохраняя за собой формальную независимость, в большей степени, чем другие виды агентов, зависят от указаний поставщика. Следовательно, промышленные агенты, с одной стороны являются посредниками, а с другой – сбытовым персоналом предприятия, но в отличие от них не получают фиксированной заработной платы. Эта двойственность была положена в основу предложенной нами системы материального стимулирования.

В общем виде модель гибкой системы материального стимулирования промышленных агентов такова:

$$D_i = (K_i + B_i) + O_i + ДП_i$$

где D_i – полный доход i -го посредника;

K_i – комиссионные выплаты;

B_i – надбавка к комиссионным выплатам по балльной оценке деятельности агента;

O_i – оплата по консигнационному договору

$ДП_i$ – дивиденды, выплачиваемые по акциям i -му посреднику.

Как видно, гибкая оплата предполагает зависимость заработка, во-первых, от индивидуальных количественных и качественных показателей работы посредника, а во-вторых, от результатов деятельности предприятия. В условиях конкретного предприятия могут использоваться модификации представленной формулы. Однако, в любом случае необходимо, чтобы система оплаты труда посредников, стимулировала достижение ими не только текущих результатов, но и их трудовой вклад в достижение конечного результата работы предприятия в целом.

В формуле 1 первые два элемента являются обязательными и образуют основную часть оплаты.

Сумма комиссионных (первый элемент формулы) находится следующим образом:

$$K = N + П - Ш$$

где: N – оплата нормы сбыта;

$П$ – премии за перевыполнение нормы сбыта;

$Ш$ – штрафы за невыполнение нормы сбыта по субъективным причинам.

Расчет комиссионных основан на выполнении или невыполнении экономически обоснованной нормы сбыта для каждого посредника. Только имея такой плановый показатель, который является связующим звеном между оценкой результатов труда и его оплатой, можно построить эффективную систему материального стимулирования.

Для каждого посредника устанавливается своя норма сбыта и оплата за нее. Оплата же сверх нормы сбыта производится по премиальной шкале. В соответствии с применяемыми на предприятиях шкалами размер премии изменяется от интервала к интервалу, причем довольно резко и скачкообразно, а в середине интервала рост «замораживается». В связи с этим число интервалов, по-нашему мнению, должно быть по возможности больше. Целесообразно строить шкалы, размер премии, в которых изменяется непрерывно.

В случае невыполнения нормы сбыта по субъективным причинам производится удержания из комиссионных по шкале депремирования. К построению последней предъявляются те же требования, что и к шкале премирования.

Многие отечественные предприятия ограничиваются лишь начислением комиссионных. Такая односторонняя ориентация чревата тем, что стимулирует оборот любой ценой и этим предприятию, в конечном счете, наносится ущерб. По этой причине следует отказаться от выплаты только комиссионных.

Без сомнения, необходимо поощрять и стимулировать качественную работу, которая во многом зависит от профессиональных знаний и деловых качеств исполнителя. Поэтому, оплачивая услуги посредника, необходимо учитывать весь комплекс факторов, влияющих на качественный уровень их выполнения.

Также для полной оценки всех усилий промышленного агента по сбыту продукции необходимо учитывать практические результаты деятельности (кроме показателя объема сбыта).

При балльной оценке качественной стороны деятельности промышленного агента предлагается учитывать 4 группы факторов:

- факторы, отражающие уровень профессиональной подготовленности и опыта работы;
- факторы, отражающие деловые способности и потенциал посредника;
- факторы, характеризующие результаты деятельности (кроме показателя объема сбыта);
- факторы, характеризующие уровень сложности выполняемых агентом функций.

Следовательно, балльная оценка деятельности агента определяется следующим образом:

$$K = O_1 + O_2 + \sum_{i=1}^n x_i a_i k_n,$$

где: O_1 - балльная оценка деловых качеств и потенциальных возможностей агента.

O_2 - балльная оценка профессиональных качеств и опыта работы

$\sum_{i=1}^n a_i x_i k_i$ - оценка результатов деятельности за определенный период времени

a_i - удельный вес n -го показателя в оценочной группе «результаты труда»

x_i - балльная оценка n -го показателя.

k_n - корректирующий коэффициент сложности, учитывающий характер выполняемой работы, характеризуемой n -м показателем

n - количество показателей в группе «результаты труда».

Оплата по консигнационному договору - это оплата за выполнение посредником отдельных услуг (реклама товара, сбор необходимой информации и т.д.).

Комплексное стимулирование должно ориентироваться не только на индивидуальные достижения, но и на рыночный успех предприятия в целом.

Например, может применяться система, основанная на комбинированной выплате, включающая в себя текущую оплату и ежеквартальную (или ежегодную), расчет которой ведется по балансовым итогам года (квартала). Это как бы своеобразные

дивиденды, размер которых обусловлен конечными результатами деятельности предприятия.

Повышение гибкости системы стимулов способствует также участие посредников в прибыли предприятия в форме приобретения акций и облигаций своего предприятия (вместо традиционных премий)

Собственность предприятия может приобретаться путем обычной покупки акций или в виде премиальных. Приобретение акций дает посреднику чувство собственности и является основой стимулирования его труда.

ВЫЯВЛЕНИЕ МЕТОДОВ БЛАГОТВОРНО ВЛИЯЮЩИХ НА УСПЕШНЫЙ СБЫТ ПРОДУКЦИИ

УДК 658.8

Низар Н.Д. (ХГЭУ)

В процессе становления рыночной экономики, вопрос адаптации человека к новой ситуации, а следовательно и к новаторскому решению задач, готовности и способности выявлять проблемы и вырабатывать пути их разрешения, очень важен. Условия экономической турбулентности в Украине поставили перед руководителями предприятий (фирм) и организаций различных форм собственности большое количество сложных организационно-экономических проблем.

Решение некоторых из них – вне пределов компетенции хозяйственных руководителей и зависят в основном от стратегических и оперативных решений на макроуровне. Но многие вопросы могут успешно решаться и на микроуровне, обеспечивая жизнедеятельность предприятий и организаций. Одним из таких вопросов – выбор и управление каналами распределения товаров.

Для производителя решение о выборе канала распределения является одним из самых сложных, т.к. от него зависят остальные маркетинговые решения.

Система распределения продукции является ключевой, по значимости она сродни таким факторам, как: производство, исследование рынка, тех обеспечение, торговый персонал и т.д.

Насыщение рынков хорошей продукцией, установление приемлемой цены, еще не залог успеха. Отечественному производителю необходима действенная система продвижения продукции, которая сможет обеспечить потенциальных потребителей широкой информацией о продукции и услугах.

Движущим фактором маркетинга являются: цена, товар, методы его распределения, стимулирование сбыта продукции, послепродажное обслуживание.

Главной задачей маркетолога является выявление и определение методов, которыми руководствуется покупатель при выборе того или иного товара. А это: выбор марки, выбор времени покупки, выбор объекта покупки, выбор места покупки.

Большинство покупателей желает подстраховаться качеством своей покупки, какими-то гарантийными чеками, талонами и т.д. Гарантийный срок не должен быть менее 2-3 лет. Это, в основном, касается товаров: электробытовой техники, механических товаров, предметом домашнего обихода.

За рубежом многие компании специально резервируют средства (от 2% до 5% объема продаж) для того, чтобы иметь возможность вернуть покупателям деньги в случае, если проданный товар не удовлетворил их своим качеством или поменять его на новый.

Не многие отечественные производители могут похвастаться таким сервисом. А, если же и дают гарантию, то на небольшой срок. Это естественно вызывает недоверие

со стороны потребителя, т.к. срок гарантии говорит о уровне качества, которое определяет сам производитель.

Принимая решение о выборе канала товародвижения, необходимо тщательно продумать этот шаг, т.к. неверный выбор канала может отрицательно отразиться на прибыльности производителя. Некоторые производители, задаваясь целью реализации своей продукции в больших объемах и с большой скоростью, выбирают интенсивный способ распределения. Такой выбор ошибочен из-за невозможности установления контроля над ним, что в свою очередь негативно отражается на снижении темпов товародвижения. Если мероприятие направлено на минимизацию товародвижения, лучше и эффективней использовать собственный канал, который используется путем прямого контакта его с потребителем.

При помощи прямой цепи, производитель может себя и свою продукцию оградить от всех непредвиденных и негативных последствий. Так же осуществляется управление процессом товародвижения, он имеет четкую обратную связь с покупателем. Такая связь в свою очередь выгодна, как для производителя, так и для потребителя:

- товар приобретается по стартовой цене (без наценок посредников, которые являются неотъемлемой частью их дохода);

- уверенность в подлинности товара, а значит и в его качестве, в случае обратного, покупатель не сможет найти виновного.

Цена и качество это основные факторы, на которые опирается покупатель при выборе товара. Обоюдоострая задача обеих участников каналов нулевого уровня (продавец – покупатель) сделать процесс купли-продажи взаимовыгодным.

Однако достижения мировой теории и практики маркетинга в этой области использовать невозможно без учета особенностей существующей экономической ситуации в Украине. Поэтому отдача товародвижения продукции зависит от того, насколько она будет доступна и реальна для покупателя.

Так же решение проблемы выживания фирм, предприятий, следует искать:

- 1) в создании спроса за счет разработки товара, т.к. это сложная система средств производства, услуг способа обеспечения финансирования с тем условием, что структура этой системы изменяется в зависимости от взаимоотношения (производитель - покупатель).
- 2) в направлении разработки способов продвижения товара к потребителю, т.е. длина цепи товародвижения.

Опираясь на факторы, от которых зависит сбытовой процесс, предлагается методика формирования сбытовой стратегии маркетинга, основанная на построении модели стратегических альтернатив, которые позволяют фирмам в соответствии с их ресурсами разработать эффективную базу товародвижения, включая выбор целевого рынка и формирование товарного предложения.

В современных условиях промышленные предприятия при разработке и создании новых видов продукции стремятся к тому, чтобы их объект производства использовался в той сфере или отрасли народного хозяйства, продукция которой будет иметь стабильный спрос и чтобы объем рынка сбыта продукции в этой отрасли был достаточно велик.

Для выхода фирмы на внешний рынок со своей продукцией, необходима информация о специфике требований данного рынка. Необходимо, так же выяснить приемлемые методы продажи на данном рынке для вашего товара в комплексе с другими товарами, организации послепродажного оборудования, условия поставки товаров на рынок с минимальными транспортными издержками и др.

Современные условия развития мирового рынка вносят еще один немаловажный элемент – требование эффективного сервиса, а также наличие значительных усилий в

области маркетинговой деятельности. В большинстве случаев в настоящее время, именно сервис, одно из составляющих успешной реализации товара. В борьбе за потребителя требуется более высокая, чем у конкурента, организация торгового обслуживания покупателей, посредством удобного для населения размещения розничной торговой сети и оптимизация ее специализации, установление режимов работы предприятий розничной торговли с учетом потребностей покупателя, предоставление ему необходимых услуг с учетом специфики реализуемых товаров.

Система товародвижения, являясь одним из важнейших элементов комплекса маркетинга, должна способствовать достижению общих маркетинговых целей продавца и покупателя. По отношению к ним цели товародвижения имеют подчиненный характер, где главная роль отводится формированию спроса и стимулированию сбыта. В свою очередь, выбор целей определяет средства их достижения, которые должны включать стимулирование сбыта, рекламу, коммерческую пропаганду и личную продажу. Их организация предполагает наличие особых средств и приемов, которые, как правило, должны начинаться с эффективных рекламных мероприятий, выставочной и ярмарочной деятельности, поощрительных программ и формированием престижного образа предприятия.

Сбыт товаров конечному потребителю в системе маркетинга является единственным способом вернуть средства, вложенные в производство товара и получить прибыль. Поэтому цель сбытовой политики каждого предприятия заключается в том, чтобы создать максимум удобств и условий для быстрой реализации товара конечному покупателю.

ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ПОСТРОЕНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ

УДК 658.1

Васильева Д.В. (ХГЭУ)

Эффективная деятельность предприятия в условиях рыночного реформирования экономики подразумевает умение работать на рынке, которое обеспечивается системой управления, основанной на принципах маркетинга. Это, прежде всего, ориентация производственно-коммерческой деятельности на потребителей, из которого вытекают остальные: знание рынка (т.е. изучение потребителей, их запросов, мотивации), приспособление к нему (выпуск востребованных товаров, быстрое реагирование на возможные изменения), воздействие на него (формирование спроса, стимулирование продаж).

Основа принятия управленческих решений в системе управления предприятием, ориентированной на рынок, - оперативная и достоверная маркетинговая информация. Сбор, обработка, анализ маркетинговой информации и ее представление руководству с выводами и рекомендациями осуществляются в рамках маркетинговых исследований.

Сегодня можно говорить о некоторых положительных сдвигах в формировании рыночноориентированных структур управления: практически на каждом промышленном предприятии функционирует служба маркетинга, многие освоили выпуск новых товаров, которые находят своего потребителя, некоторым предприятиям удалось полностью перепрофилироваться и выйти на принципиально новые для себя рынки сбыта. Тем не менее, единицы могут утверждать, что принимаемые высшим и средним звеном управленческие решения базируются на рекомендациях маркетологов, которые, в свою очередь, формируют их по результатам систематических маркетинговых исследований.

Поэтому актуальной задачей сегодня видится разработка методических рекомендаций по организации на предприятии того необходимого минимума исследовательской работы, который не потребует привлечения дополнительных крупных финансовых, материальных и трудовых ресурсов, но сможет обеспечить руководство предприятия требуемой маркетинговой информацией и убедить в полезности осуществления такой работы.

Обследования ряда харьковских предприятий (ЗАО «Институт Укроргстанкинпром», ОАО «Харьковский электротехнический завод «Укрэлектромаш», ОАО «Опытно-экспериментальный механический завод» (пос. Комсомольский Змиевского района Харьковской области)) позволило выделить основные проблемы при организации маркетинговых исследований: эпизодичность и отсутствие планирования проводимых исследований; игнорирование руководством результатов и рекомендаций специалистов-маркетологов; низкая обеспеченность техническими средствами; отсутствие четко оформленных структур (коллективов), занимающихся исследованиями; отсутствие выделенного бюджета маркетинговых исследований (формирования сметы расходов).

Организационное построение маркетинговых исследований на промышленном предприятии должно включать три основных этапа.

1. Определение приоритетных направлений исследований и оптимальных объемов их проведения.
2. Выбор методов и инструментария исследований.
3. Выбор организационной формы проведения маркетинговых исследований.

Выбор направлений исследовательской работы (т.е. формирование круга объектов, которые необходимо изучить) определяется проблемой, т.е. теми вопросами, которые предприятие рассчитывает решить в результате проведения маркетингового исследования. В качестве основного критерия выбора приоритетных направлений можно назвать высокую степень ценности для принятия оперативных и стратегических управленческих решений и наглядность собранной и обработанной в ходе исследования информации, что должно убедить руководство предприятия в пользе проведения исследовательских работ.

Задача определения объемов планируемого исследования подразумевает решение следующих вопросов: сроки проведения исследования, количество занятых сотрудников, глубина проработки вопроса (используемые источники, методы анализа информации и т.д.), сумма затрат, связанных со сбором, обработкой, анализом информации и оформлением результатов.

На объем проводимых исследований в первую очередь влияют масштабы деятельности предприятия, которые характеризуются оборотом, географией продаж, численностью сотрудников и т.д. Кроме того, в конкретный момент времени на объемы планируемых исследований будут влиять: текущее финансовое состояние предприятия (финансовая устойчивость, платежеспособность, размеры прибылей и убытков), стратегические и текущие цели развития, состояние микро- и макросреды и целый ряд других факторов.

После определения направления и масштабов исследования, формулирования его целей и задач, решаются вопросы информационного обеспечения и методов осуществления исследования.

На первом этапе организации исследовательской работы на предприятии упор придется делать на вторичную информацию. Во-первых, она доступна – любое предприятие является подписчиком различных периодических изданий своего профиля и общэкономических; во-вторых, она содержит статистические данные, оценки и комментарии специалистов, оплатить услуги которых самостоятельно предприятию не

по карману. Внешние источники вторичной информации необходимо комбинировать с внутренними. К ним относятся: данные о продажах (по товарам, регионам и т.д.), прибылях и убытках, товарных запасах, результаты предыдущих исследований.

В каких бы минимальных объемах не проводилось исследование, нельзя ограничиться исключительно вторичной информацией. При ориентации на минимальные затраты наиболее доступным для предприятия методом сбора первичной информации будет метод экспертных оценок. В качестве экспертов могут привлекаться, прежде всего, начальники отделов, напрямую связанных с распространением и сбытом товаров (сбыта, маркетинга), постоянные клиенты (как осведомленные и незаинтересованные лица), руководители служб других предприятий, действующих на данном рынке. Очень большое значение имеет информация, собранная непосредственно на специализированных выставках, ярмарках, семинарах и прочих¹ подобных мероприятиях, в первую очередь, через опросы, анкетирование, изучение рекламных материалов конкурентов, состава участников и посетителей и т.д.

К наиболее дешевым и доступным методам исследования можно отнести также почтовый опрос. Практика показывает, что его эффективность невысока, тем не менее, его можно совместить, например, с адресной рекламой – почтовой рассылкой рекламных материалов.

Ценным источником информации, который почти ничего не стоит, являются потребители. Специалист, занимающийся исследованием, может узнать мнение настоящих и бывших потребителей продукции предприятия о сильных и слабых сторонах предприятия, о том, кого они считают основными конкурентами и какие изменения в работе предприятия хотели бы увидеть. Подобную информацию можно также получить от поставщиков.

На выбор организационной формы проведения исследования влияют: объемы запланированного исследования, направления и объекты изучения, выбранные методы и инструменты проведения исследования.

Существуют две основные формы организации маркетинговых исследований: собственными силами и с привлечением сторонней организации.

К преимуществам проведения маркетинговых исследований собственными силами относятся: знание деятельности предприятия, полный доступ к его сотрудниками, постоянные сбор и хранение данных, а также высокая степень лояльности или ответственности. К недостаткам - постоянные расходы, узость кругозора и чрезмерная поддержка руководства.

Преимущества, которые получает предприятие в результате привлечения к проведению маркетинговых исследований сторонней организации это: более высокая квалификация и наличие опыта проведения исследований, а также обеспечение объективности, благодаря независимости специалистов, проводящих исследование, от руководства предприятия.

Основным недостатком данной организационной формы, учитывая тяжелое финансовое положение многих промышленных предприятий, является высокая на сегодня стоимость услуг солидных консалтинговых фирм.

В заключение хотелось бы отметить, что рынок Украины и стран СНГ, пусть своим путем, с присущими ему национальными чертами, но развивается в соответствии с определившимися в мире тенденциями, и изучение рынка и потребителей своей продукции становятся жизненно необходимыми для каждого предприятия, которое хочет развиваться и производить конкурентоспособную продукцию. А поскольку информация для анализа накапливается не за один день, даже минимальные объемы маркетинговых исследований, проводимых сегодня, дадут ощутимые результаты завтра.

**О ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ИНТЕГРИРОВАННЫХ
МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РОЗНИЧНОЙ
ТОРГОВЛИ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ ГРУППЫ ТОВАРОВ**

УДК 381.5

Мирошникова Е.В. (ХГАТОП)

Характерной чертой современных рыночных отношений является конкуренция, которая проявляется в двух формах конкуренции: ценовая и неценовая. Формы конкуренции разделяют в зависимости от воздействия на потребителя изменением ценовой политики или путем применения интегрированных маркетинговых коммуникаций. По смыслу понятно, что основным средством соперничества при ценовой конкуренции является снижение цен на свою продукцию по отношению к аналогичным продуктам других фирм.

Однако следует отметить, что такая мера воздействия на потребительский спрос может употребляться в основном в краткосрочном периоде, что способствует так же нормализации товарных запасов, обновлению ассортимента и т.д. Такая мера предусматривает скорое возвращение к действующим на рынке ценам, так как, если конкурирующие фирмы цены не будут снижать, то фирма, понизившая цены, понесет убытки при долгосрочном функционировании при пониженном ценовом уровне.

Поэтому фирмы часто прибегают к применению неценовой конкуренции, что позволяет фирмам занимать более выгодное положение на рынке, за счет качественных характеристик проводимой деятельности продавца, его имиджа, условиям обслуживания и т.д.

В современной западной экономике неценовая конкуренция характеризуется понятием «низовая» конкуренция, которая базируется на концепции маркетинга, суть которой сводится к решению проблем сбыта. Неценовые факторы играют большую роль на современных товарных рынках.

Принято считать, что успех или неудача фирмы в значительной степени определяется ее способностью произвести товар, обладающий привлекательными потребительскими свойствами, ее умением организовать результативную рекламную кампанию, интенсивностью собственных разработок фирмы в сфере НИОКР и т.п.

Неценовая конкуренция включает в себя мероприятия, связанные с товаром (усовершенствованием качественных характеристик), обслуживанием (улучшение уровня обслуживания) и т.д. Неценовые факторы выражены в интегрированных маркетинговых коммуникациях.

Интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК) - концепция планирования маркетинговых коммуникаций, исходящая из необходимости оценки стратегической роли отдельных средств маркетинговых коммуникаций (реклама, публик рилейшнз, сейлз промоушн, директ- маркетинг). Основная цель применения ИМК - поиск оптимального их сочетания для обеспечения четкости, последовательности и максимизации воздействия коммуникативных программ посредством непротиворечивой интеграции всех отдельных обращений коммуникатора.

Однако, в определенном смысле сам термин «неценовая конкуренция» не вполне точен, так как никакие неценовые решения фирма не рассматривает в отрыве от решений в ценовой сфере. Так, например, выбор оптимального объема расходов на рекламу всегда явно или неявно сочетается с выбором цены.

Ярко выраженной чертой развития торговли на Украине является значительное преобладание объема продаж продовольственных товаров над непродовольственными. Связано ли такое преобладание с применением форм неценовой конкуренции?

Естественно, что в период кризиса, который характеризует экономические процессы в Украине в настоящий момент, потребители отдают предпочтение товарам первой необходимости, которыми, как правило, являются товары продовольственной группы.

Тогда возникает вопрос о целесообразности применения интегрированных маркетинговых коммуникаций на предприятиях, реализующих продовольственные товары. Если потребители в первую очередь приобретают продовольственные товары, зачем тогда нужна реклама и другие средства ИМК, зачем тратить денежные средства на столь дорогостоящие мероприятия?

Однако применение ИМК в розничной торговле прогрессирует. Чем же вызвана необходимость применения ИМК?

На наш взгляд, ответ заключается в том, что на рынке складывается благоприятная ситуация для возникновения большого числа продовольственных магазинов. Такой массовый рост заставляет функционировать механизм конкуренции в полной мере. Здесь вступает в силу неценовая конкуренция.

Предприниматели осуществляют маркетинговые кампании с целью завоевания потребительского предпочтения и конкурентных преимуществ на рынке.

Следует отметить, что на предприятиях, как правило, проводятся комплексные маркетинговые мероприятия, то есть применяются сразу несколько средств ИМК (схема 1). Данная схема показывает взаимосвязь между основными средствами ИМК.

На предприятии наиболее часто применяются такие сочетания как реклама и паблик рилейшнз; реклама, сейлз промоушн и паблик рилейшнз. Однако, в любом сочетании присутствуют рекламные мероприятия. Различают два вида рекламы: реклама товара и реклама торгового предприятия.

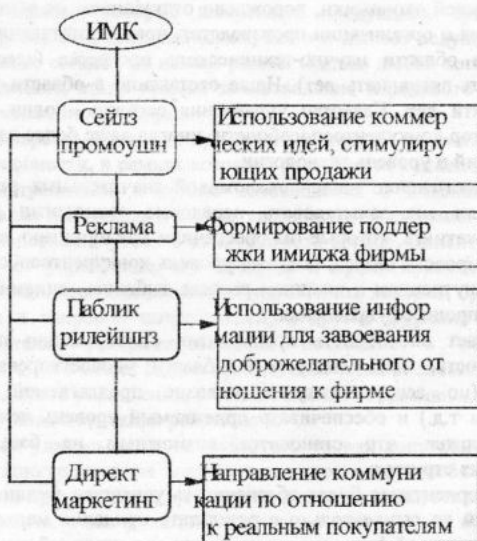


Рис. 1. Взаимосвязь основных характеристик ИМК

Первая группа рекламных мероприятий направлена на обеспечение информацией потребителей о самом товаре, его качестве, основных характеристиках, гарантиях, ценах и т.д.

Вторая группа предоставляет потребителю информацию непосредственно о самом предприятии, его местонахождении, специфике, предоставляемых предприятием услугах и т.д. В данном случае применение ИМК способствует усилению конкурентных преимуществ предприятий розничной торговли.

Воздействие таких мероприятий неуклонно влияет на развитии спроса. Под воздействием различных факторов (качество рекламы, ее достоверность, уровень обслуживания, стимулирование продаж и т.д.) величина потребительского спроса либо увеличивается, либо остается постоянной, либо снижается.

Каждое изменение величины спроса соответственно отражается в деятельности предприятия розничной торговли. В конечном итоге, если мероприятия ИМК положительно воздействовали на увеличение рентабельности предприятия увеличивается, то такое предприятие оказывается одним из наиболее конкурентоспособных на данном рынке.

ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УКРАИНСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ ЧЕРЕЗ СОЗДАНИЕ МАРКЕТИНГОВО-ОРИЕНТИРОВАННЫХ СТРУКТУР УПРАВЛЕНИЯ

УДК 658.1

Магера Е.В. (ХТЭУ)

Большинство проблем, с которыми сталкиваются украинские предприятия различных отраслей экономики, порождено отставанием от высокоразвитых стран по части управления и организации производства, причем отставание это много больше и опаснее, чем в области научно-технического прогресса (здесь отставание можно оценить в десять-пятнадцать лет). Наше отставание в области управления достигает сорока-пятидесяти лет. Качество управления сегодня – один из главных, если не решающий фактор конкурентоспособности, иногда даже более важный, чем, например, объем инвестиций и уровень технологий.

Поэтому достижение нашей экономикой значительных результатов зависит от того, сумеем ли мы заимствовать передовые технологии управления, включая технологии маркетинга, которые бы обеспечили предприятию достижение стандартов производства мирового класса, высокий уровень конкурентоспособности выпускаемой продукции на внутреннем и внешнем рынках, гибкость, динамичность в организации деятельности и процессе управления.

Это означает способность предприятия одновременно повышать качество и производительность, быть лидером в области удовлетворения нужд и запросов потребителей (по ассортименту и новизне предлагаемой продукции, уровню обслуживания и т.д.) и обеспечивать приемлемый уровень цен за счет постоянного снижения издержек, что становится возможным на базе создания рыночно ориентированных структур.

Рыночная ориентация будет обеспечивать успешное функционирование украинских предприятий на рынке только в результате придания маркетингу особой роли и главной интегрирующей функции в управлении организацией, нацеливания деятельности всех структурных подразделений на удовлетворение нужд и запросов потребителей. Это позволит предприятию повысить качество организации и эффективность системы управления, успешно преодолевать конкуренцию, идти на шаг впереди конкурентов.

Исходя из принятых в современной теории четырех уровней конкурентоспособности, которые выделены исходя из роли маркетинга в управлении, большинство украинских предприятий независимо от масштабов деятельности в настоящее время находятся на первом уровне конкурентоспособности, характерными чертами которого являются:

- понимание маркетинга как одной из функций управления, иногда более важной, чем остальные;
- приверженность ценовой конкуренции;
- отсутствие исследования рынка вследствие ограничения сферы маркетинговой работы на сбыте продукции;
- недостаточное внимание к квалификации и мотивации работников, вопросам управления персоналом;
- непонимание фактора управления в целом.

Доминирование в украинской экономике предприятий первого уровня конкурентоспособности обусловлено, с одной стороны, слабостью конкуренции на внутреннем рынке из-за его ненасыщенности; это связано с тем, что многие бывшие государственные предприятия, выпускавшие некачественную продукцию, стоят, и потребителю ничего не остается, как приобретать импортные товары; а также тесными связями предприятий с местными органами власти, бюджетным финансированием. С другой стороны, оно объясняется нежеланием органов государственной власти всех уровней признать банкротство неконкурентоспособных предприятий и принять соответствующие меры по их реструктуризации.

Компании второго уровня конкурентоспособности стремятся полностью соответствовать стандартам, установленным их основными конкурентами — на конкретном рынке или отрасли. К этой группе в основном относятся предприятия с иностранными инвестициями, которые выпускают продукцию, ориентируясь на изменение нужд и запросов потребителей также, как это делают ведущие зарубежные компании, представленные сегодня на нашем рынке. Однако любая копия всегда хуже оригинала. На определенном этапе прямое заимствование передового опыта уже не прибавляет конкурентоспособности фирме.

Для завоевания лидерства в отрасли предприятия должны стремиться к третьему уровню конкурентоспособности, в рамках которого реализуется концепция маркетинга, ориентированная на потребителя, а любые нововведения и изменения в области производства осуществляются только в случае уверенности одобрения их конечными потребителями. Иными словами, успех в конкурентной борьбе зависит не столько от производства, сколько от управления, его качества и эффективности. Предприятия должны внедрять концепцию интегрированного маркетинга, который ориентирован на предвосхищение нужд и запросов потребителей, а другие функции управления и производственные системы совершенствоваться постоянно в соответствии с требованиями маркетинга. Это может быть и организация более экономического и быстро перестраивающегося аппарата управления, и более высокая оперативность и гибкость в принятии решения, и лучшая мотивация работников.

Компании, которым удалось достичь четвертого уровня конкурентоспособности, оказываются впереди конкурентов на многие годы, поскольку любые изменения в управлении, организации производства, в стратегии развития осуществляются с учетом результатов изучения рынка, а все функции управления оказываются вовлеченными в процесс маркетинговых исследований или систематизацию их результатов.

Итак, какой же маркетинг нам нужен?

Во-первых, нужен маркетинг, имеющий современные технологии, обеспечивающие высокую конкурентоспособность в соответствии с требованиями

информационной эры, а также стремление к лидерству в управлении, позволяющее предприятиям преуспевать, а не выживать.

Во-вторых, необходима ориентация на технологии интегрированного маркетинга, позволяющие связать не только производство и сбыт, но и все остальные функции и системы внутрифирменного управления: исследования и конструкторские разработки, материально-техническое снабжение и логистику, финансы и инвестиционное планирование, управление персоналом, организационные структуры управления и системы принятия решений.

В-третьих, нужен маркетинг, позволяющий для достижения конечного результата преобразовать предприятия в маркетингово-ориентированные компании, способные со временем достичь третьего и четвертого уровней конкурентоспособности.

Для этого маркетинг должен быть не просто технологией сбыта продукции, продвижения на рынке изделий и услуг. Это важнейшая часть маркетинга, но этого мало. Украинским предприятиям все более необходим другой аспект маркетинга – исследование рынка, который включает следующие элементы: исследование продукта, его сравнительных преимуществ; расчет потенциальной емкости рынка и динамики товарооборота предприятия; сегментацию рынка и поиск ниш рынка, выбор целевых сегментов; изучение профиля потребителя, мотивов его поведения на рынке; анализ форм и каналов сбыта продукции, оценка их сравнительной эффективности; исследование рекламной деятельности и продвижения продукта, определение наиболее эффективных способов продвижения товаров на рынке; изучение сильных и слабых сторон конкурентов, форм и степени конкуренции; формирование ценовой стратегии и определение ценовой политики; составление прогнозов сбыта.

Объем информации, полученный на основе анализа совокупности перечисленных элементов, необходим для принятия управленческих решений в маркетингово-ориентированной компании.

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ ЗАТРАТАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

УДК 338.512

Меренкова Л.А. (ХГЭУ)

В условиях становления и развития рыночных отношений перед отечественными предприятиями остро встают вопросы адаптации к нестабильной внешней среде, обеспечения выживаемости и получения прибыли на основе производства и сбыта продукции, пользующейся спросом. Предприятия получают прибыль только при условии производства и реализации конкурентоспособной продукции по приемлемым для целевых покупателей ценам.

В условиях конкурентного рынка производитель имеет ограниченные возможности воздействовать на цену товара. Поэтому главными факторами увеличения прибыли является формирование программы производства и реализации продукции, выполнение которой позволяет удовлетворить потребности целевых покупателей и максимизировать прибыль предприятия, а также снижение затрат. Поэтому особую актуальность приобретает задача повышения эффективности управления затратами предприятия.

В экономической литературе под управлением затратами понимают процессы планомерного формирования затрат на производство и сбыт продукции и контроля за их величиной с целью повышения эффективности производства на основе принципа – максимум продукции при минимуме затрат. Объектом управления выступают абсолютная величина, структура, состав и динамика затрат предприятия. Субъектами управления являются руководители структурных подразделений предприятия, которые

имеют полномочия воздействовать на затраты и несут ответственность за их величину.

Решение задач повышения эффективности управления затратами обуславливает необходимость использования системного подхода к этому процессу. Для его обоснования управление затратами следует рассмотреть как процесс реализации функций планирования, организации, мотивации и контроля, необходимых для снижения затрат и максимизации прибыли предприятия.

Планирование затрат представляет собой экономическое обоснование размера затрат в плановом периоде для производства и сбыт продукции предприятия определенного количества и качества. В процессе планирования затрат необходимо выявить резервы их снижения и определить ожидаемую величину расхода экономических ресурсов.

Контроль – это система наблюдений и проверки соответствия процесса функционирования управляемого объекта приняты управленческим решениям, выявление результатов управленческих воздействий на управляемый объект. Элементами системы контроля являются установление стандартов, измерение и оценка фактических показателей и принятие действий по приведению фактического состояния управляемого объекта в соответствии с плановым. Контроль затрат должен обеспечить выполнение плановых показателей по затратам и способствовать дальнейшему их снижению и экономии ресурсов. В теории управления различают предварительный, текущий и заключительный контроль. Предварительный контроль проводится перед выполнением хозяйственных операций в целях предупреждения нерациональных расходов и различных потерь. Предварительный контроль затрат должен осуществляться в процессе нормирования затрат.

Текущий контроль осуществляется в процессе производства в момент совершения хозяйственных операций на предприятии. По мнению автора, в текущем контроле затрат большое значение принадлежит их регулированию, которое заключается в своевременном реагировании руководителей структурных подразделений предприятия на превышение фактических затрат над плановыми и принятии решений по нормализации производственного процесса. В результате активного воздействия на формирование себестоимости продукции в ходе производства происходит экономия ресурсов, что способствует росту прибыли предприятия.

Заключительный контроль проводится по окончании процесса производства продукции. Заключительный контроль затрат необходим для оценки эффективности расходования ресурсов, выполнения подразделениями предприятия плановых показателей по затратам. Таким образом, контроль затрат связан с планированием и охватывает нормирование, учет, анализ отклонений затрат и регулирование затрат.

Для осуществления функций планирования и контроля на предприятиях необходимо иметь соответствующие организационные структуры. Например, в рыночной экономике контроль затрат осуществляется по центрам ответственности. При организации контроля затрат определение понятия центр ответственности следует рассматривать в широком и узком смысле. В широком смысле под центром ответственности понимается подразделение предприятия, во главе которого стоит менеджер, имеющий право принимать решения и лично отвечающий за результаты его деятельности. В узком смысле центр ответственности означает персональное закрепление ответственности за определенные затраты.

Для обеспечения эффективности управления затратами необходимо мотивировать работников на достижение поставленных задач и показателей по затратам

Управленческий персонал должен иметь полномочия принимать решения по управлению затратами в пределах своей ответственности на основе релевантной информации. В науке управления при принятии решений должны использоваться

различные модели и методы. Принятие решений как связующий процесс реализации функций управления затратами должен быть основан на экономическом анализе, который вбирает в себя почти все методы оценки затрат, экономических выгод и рентабельности. В условиях неопределенности внешней среды для экономического анализа затрат должны использоваться данные маркетинговых исследований и прогнозирования.

Информационной основой управления затратами предприятия должен быть управленческий учет, который аккумулирует информацию для определения себестоимости продукции и финансового результата для внешней финансовой отчетности, для принятия управленческих решений, для контроля и регулирования формирования затрат. Разработанная автором схема системы управления затратами предприятия представлена на рис. 1



Рис. 1 Система управления затратами предприятия

Использование системного подхода позволит повысить эффективность управления затратами предприятия на основе синергетического эффекта от совместного действия элементов системы в целях снижения затрат и максимизации прибыли предприятия.

СУТНІСТЬ ВИТРАТ ВИРОБНИЦТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ УДК 631.162: 657.4

Мещеряков В.С. (ХДАУ ім. В.В.Докучаєва)

Наша країна до 1991 року входила до складу Радянського Союзу, де економіка функціонувала за принципами адміністративно-командних методів управління. В 1991 році Україна стала незалежною державою і проголосила новий курс на утворення ринкової економіки. У зв'язку з цим виникла необхідність приведення минулих положень до вимог сучасного розвитку економіки.

В ринкових умовах функціонування підприємств з'являється багато питань, які потребують висвітлення. Серед них – уточнення сутності виробничих витрат підприємств та їх класифікації в сучасних умовах господарювання. На цьому автор зосередив свою увагу в дослідженнях, які проводити.

В умовах адміністративно-командної системи господарювання Радянського Союзу здійснення виробничих витрат відбувалось за регламентацією. Причому регламентувались склад витрат, їх кількість і структура. Порушення нормативів суворо наказувалось. Ринкові умови господарювання вимагають свободи у виборі. Тобто суб'єкти господарювання вільно визначають склад витрат виробництва, їх кількість та структуру у відповідності з вимогами ринку та можливостями самих підприємств, метою діяльності яких є отримання максимально можливого прибутку.

Процес виробництва й реалізації життєвих благ – це процес споживання виробничих засобів і робочої сили. Готова продукція (роботи, послуги), отже, є прямим результатом цілеспрямованих витрат минулої (уречевленої у засобах і предметах праці) і живої праці людей. У процесі реалізації продукції (робіт, послуг) затрати суспільства дорівнюють платоспроможному попиту на конкретний товар. Тому підприємствам необхідно порівнювати власні витрати з витратами суспільства. В якості окремих виробників підприємства відтворюються за рахунок виручених від реалізації виробленої продукції коштів. Звідси власні витрати не повинні перевищувати платоспроможний попит.

Облік підприємствами власних витрат, наступне їх зіставлення із затратами суспільства вимагають розв'язання проблеми зіставлюваності витрат, оскільки витрати виробництва формуються з різних незіставлюваних видів витрат у натуральній формі. Для зіставлення витрат потрібно різні види витрат підприємства та витрати суспільства, образно кажучи, привести до спільного знаменника, тобто зробити зіставлюваними. Для цього витрати підприємства повинні одержати вартісну (грошову) оцінку. Звідси собівартістю є виражена в грошовій формі величина ресурсів, використаних в визначених цілях.

Це визначення містить три важливих положення: 1) витрати визначаються використанням ресурсів і відображають їх використання по окремим видам; 2) кількість використаних ресурсів постає у грошовому виразі, що забезпечує єдність вимірника та можливість їх порівняння; 3) визначення собівартості співвідноситься з конкретними цілями та завданнями (виробництво продукції, вид діяльності тощо).

Згідно діючого нині Типового положення з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 23 квітня 1996 року під № 452, собівартість продукції (робіт, послуг) – це витрати підприємства, пов'язані з виробництвом і збутом продукції, виконанням робіт та наданням послуг. На нашу думку таке визначення не досить вдале, тому що воно отожднює собівартість з валовими витратами. Ми вважаємо, що краще розмежувати ці поняття. Так, доречно під собівартістю продукції (робіт, послуг) розуміти витрати ресурсів підприємств на виробництво і збут одиниці продукції (робіт, послуг); а під витратами підприємства, пов'язаними з виробництвом і збутом всієї продукції (робіт, послуг), слід розуміти валові витрати.

Також потребують уточнення значення термінів “витрати” та “затрати”. На перший погляд може здаватись, що ці поняття тотожні. Але було б краще їх відрізнити, розуміючи під “затратами” – затрати виробничих ресурсів у натуральній формі (в вагових вимірниках, в обсязі, в часі); а під “витратами” – затрати виробничих ресурсів, але вже виражених в грошовій оцінці.

Від наукового визначення складу витрат на виробництво і реалізацію залежить правильність визначення прибутку та величини оподаткування. Необхідно відмітити, що в сучасних умовах досить часто при виробництві витрачають матеріальні цінності та живу працю, по яким у підприємства існує заборгованість перед постачальниками та виробниками. І ці витрати включають до собівартості продукції (робіт, послуг). У процесі збуту за реалізацію продукції (робіт, послуг) підприємство отримує виручку. Потім для визначення суми податку на прибуток від виручки віднімають собівартість і таким чином розраховують величину прибутку. Але ж прибуток в цьому разі буде більший на величину заборгованості підприємства за несплачені виробничі ресурси. Тому було б доречно до собівартості включати тільки ті затрати, по яким підприємство не має заборгованості, тобто за які підприємство дійсно понесло грошові витрати. А ті ресурси, по яким підприємство не розраховувалося, є насправді прибутком цього підприємства до тих пір, поки воно не понесе відповідні витрати грошей. І вже після сплати грошових коштів вважати використані виробничі ресурси витраченими. В цьому полягає наукова новизна дослідження автора.

При зборі інформації про витрати виробництва для прийняття управлінських рішень потрібно мати на увазі, що окремий вид витрат може бути важливим для одного типу рішень і не враховуватись при іншому. В зв'язку з цим, витрати на виробництво продукції групуються по різним підставам. Але по цьому питанню сучасна економічна наука та економісти-практики в теперішній час не мають єдиної думки.

В результаті проведених досліджень ми прийшли до висновку, що практично єдина класифікація витрат для всіх галузей економіки є суттєвою перевагою перед заходом, де відсутні класифікації такого типу. В сучасних умовах, на наш погляд, більш науково обгрунтованою є класифікація витрат по наступним ознакам:

- по відношенню до об'єктів планування – на такі, які зараховуються та не зараховуються до собівартості;
- по відношенню до технології виробництва – на виробничі та невиробничі (передбачені та не передбачені технологією виробництва);
- за часом виникнення – на витрати поточного періоду та витрати незавершеного виробництва;
- за способом зарахування до собівартості продукції – на прямі та які розподіляються (непрямі). Так як непрямі витрати розподіляються по прямим та непрямым ознакам, тому необхідно змінити непрямі витрати на розподільчі витрати;
- по відношенню до структури виробничого процесу – на загальновиробничі та загальногосподарські;
- по відношенню до зміни обсягу діяльності – на постійні та змінні. Причому до змінних витрат належать витрати, які знаходяться у прямій залежності із зміною обсягів діяльності. До них відносяться затрати сировини, матеріалів, тари, палива, електроенергії, інших витрат, призначених виключно для виробництва і реалізації. До постійних витрат відносяться ті витрати, загальна величина яких не залежить від виробничих обсягів. Ними є орендна плата за землю, приміщення, споруди, інші засоби виробництва, які орендуються підприємством для здійснення виробничої діяльності; сплата процентів за кредит; заробітна плата службовців, спеціалістів; витрати на опалення, освітлення тощо;
- за економічним змістом витрати поділяються на матеріальні витрати (без вартості зворотних відходів), витрати на оплату праці, відрахування на соціальні заходи, амортизація основних фондів і нематеріальних активів, інші витрати;
- і по відношенню до суб'єктів економічних відносин витрати слід розрізняти суспільні, або суспільно необхідні, під якими розуміють витрати абстрактної минулої та живої праці, необхідну суспільству для виготовлення одиниці певного виду товару

необхідної якості при існуючому рівні розвитку виробництва; та витрати кожного окремо взятого підприємства, тобто індивідуальні витрати. Індивідуальні витрати праці виробників окремої галузі являються основою вартості виробництва товару, яка є суспільними витратами.

Результати досліджень полягають у можливості мати об'єктивні економічно-обґрунтовані показники, що позитивно вплине на прийняття ефективних управлінських рішень.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФУНКЦИОНАЛЬНО-СТОИМОСТНОГО АНАЛИЗА ДЛЯ ПЛАНИРОВАНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ И ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

УДК 658.56.012.2: 519.86

Панченко О.М. (ХНУ им. В.Н. Каразина)

Среди широкого спектра методов экономического исследования резервов снижения себестоимости в целях повышения ценовой конкурентоспособности промышленной продукции, функционально-стоимостной анализ, на наш взгляд, имеет несколько преимуществ.

Как известно, с помощью этого метода исследования можно протестировать предприятие - объект (его структуру и процессы) на соответствие полезности функций затратам на их осуществление, а также выявить резервы в разрезе функций [1, с.17].

Применение ФСА экономической наукой используется в трех основных сферах исследования функций:

- производство отдельного изделия, товара;
- выполнение отдельного производственно-технологического процесса;
- функционирование управленческой структуры как системы.

При этом нами использованы основные принципы проведения функционально-стоимостного анализа:

- функциональный подход при исследовании функций (обособленных видов работы) объекта - предприятия и его элементов (цехов, участков) с целью оптимального удовлетворения заданных требований;
- соответствие полезности функций затратам на их осуществление;
- коллективное инновационное мышление управленческих и производственных работников, основанное на оценке альтернативных вариантов решения.

Алгоритм творческого мышления, как известно, опирается на сочетание интуиции и глубоких профессиональных знаний, которые в своей совокупности делают возможным "мозговую атаку" новых идей, подходов, объединению противоположных мнений и суждений.

ФСА нашел наибольшее применение в сфере разработок отдельных изделий в условиях массового производства. На стадии проектирования снижение затрат достигает 30%, в действующем производстве - 10%, в эксплуатации - до 15% [3, с.38].

Методика ФСА была использована применительно к условиям ООО "Градиент" г. Запорожье. Были выделены следующие этапы анализа.

1. Информационно-подготовительный этап: изучение потребности рынка и функций продукции, изучение предприятия и его аналогов, построение структурно-технологической модели производства водонагревательных котлов (основной продукции) для выявления зоны наибольшего сосредоточения затрат (ядра себестоимости).
2. Аналитический этап: построение функциональной модели объекта, выделение и оценка функций затрат вместе с их материальными носителями; выявление

противоречий между значимостью функций и их стоимостной оценкой; подготовка вариантов выполнения функций с целью снижения затрат.

3. Исследовательско-рекомендательный этап: экспертиза подготовленных альтернативных проектов решений, их технико-экономическое обоснование, принятие решения о реализации одного из них.
4. Внедренческий этап: выполнение принятого решения и оценка его эффективности.

Рассмотрим производственную систему (завода), которая отличается своей многокомпонентной структурой и множественностью функций. Последние по принципу однородности сгруппированы в функциональные блоки-подсистемы. ФСА отличается от анализа конструирования отдельных изделий тем, что в нем отсутствует строго выверенная иерархичность (вертикальная сопряженность) функционального и структурно-элементного соотношения внешних и внутренних систем и их элементов. ФСА системы отличает четко выраженный стохастический характер действий производственных факторов и вероятностная связь с изучаемым показателем. Основываясь на выполненном ФСА в решении организационно-производственных задач, отметим его особенности:

- выбор объектов анализа, которые отличаются крайней неустойчивостью в выполнении планов-заданий, наличием технологически немотивированного брака готовых изделий (по вине исполнителей), нерациональным использованием технологического оборудования, перерасходом энергоносителей, текучестью кадров;
- сбор и предварительный анализ экономической информации по оценке технологии современным требованиям, состояние технологического процесса;
- построение внешней структурной модели производственной системы, ее связей с внешней экономической средой;
- структурное описание производственной системы: состав подсистем и соподчиненность элементов внутри них, размеры подразделений (цехов, участков), взаимосвязь между ними;
- функциональное описание производственной системы (завода) с выделением системообразующего блока (в настоящем случае - технологии производства) - основной функции, определяющей специализацию подсистемы, второстепенных функций, обеспечивающих связи с внешней средой;
- построение матрицы совместимости внутренних функций во времени, отражающей условия функционирования производственной системы в конкретный момент времени с последовательным переходом системы из одного состояния в другое [2, с.40-41].

На нынешнем этапе формирования конкурентного рынка цены на каждый вид продукции уже сложились. Это относится и к водонагревательным котлам, которые производит ООО "Градиент" г. Запорожье. Издержки производителя обусловлены уровнем рыночных цен на сырье, материалы и комплектующие, а также технологией производства. Для сохранения эффективного противозатратного механизма, на наш взгляд пора, наконец, на чем-то остановить рост цен, которые по топливу электроэнергия и ряду материалов уже превысили мировые цены. Хотя бы на год административно на уровне правительства зафиксировать цены и тарифы сырьевиков, энергетиков, транспортников, коммунальщиков и других. В этих условиях появится возможность планировать себестоимость по основным элементам и создать прямую экономическую мотивацию от рабочего до руководителя цеха, предприятия.

Кроме того, в ценовой государственной политике должны быть зафиксированы межотраслевые равноправные условия через паритет цен. Без такой государственной стабилизации нельзя говорить об окупаемости кредитных ресурсов, а следовательно, и о повышении инвестиционной активности отечественных и зарубежных инвесторов.

На нынешнем этапе формирования конкурентного рынка цены на каждый вид продукции уже сложились. Это относится и к водонагревательным котлам, которые производит ООО «Градиент» г. Запорожье. Издержки производителя обусловлены уровнем цен на сырье, материалы и комплектующие, а также технологий производства. Для сохранения эффективного противозатратного механизма, на наш взгляд, пора, наконец, на чем-то остановить рост цен, которые по топливу, электроэнергии и ряду материалов уже превысили мировые цены. Хотя бы на год административно на уровне правительства зафиксировать цены и тарифы сырьевиков, энергетиков, транспортников, коммунальщиков и других. В этих условиях появится возможность планировать себестоимость по основным элементам и создать прямую экономическую мотивацию от рабочего до руководителя цеха, предприятия.

Кроме того, в ценовой государственной политике должны быть зафиксированы межотраслевые равно выгодные условия через паритет цен. Без такой государственной стабилизации нельзя говорить об окупаемости кредитных ресурсов, а следовательно, и о повышении инвестиционной активности отечественных и зарубежных инвесторов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Управление затратами на предприятии: Учебник /В.Г. Лебедев, Т.Г. Дроздова, В.П. Кустарев и др.: Под общ. ред. Г.А. Краюхина. - СПб.: Издательский дом "Бизнес-пресса", 2000. - 277с.
2. Долженкова В.Р. Затраты производства: формирование и анализ: Учеб. пособие. - Новосибирск: Новосиб. Гос. Акад. экономики и управления, 1998.
3. Методика экономических исследований. Уч. пособие /Под ред. Ф.В. Зиновьева. - Симферополь: Таврия, 1999. - 168 с.
4. Мочалина Е.А. Системы управления затратами: Учеб. пособие. - Иркутск, 1997.
5. Основные положения по планированию, учету и калькулированию себестоимости продукции на промышленных предприятиях //Бухгалтерский учет: Сб. нормативных документов /Под ред. П.С. Безруких. - Ч. 2. - М.: Финансы и статистика, 1998.
6. Филиппов К.К., Мигалатий Б.С. Себестоимость производства и реализации продукции. Формирование финансовых результатов. - СПб., 1992.

ВЛИЯНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ЗАТРАТ НА СЕБЕСТОИМОСТЬ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОДУКЦИИ.

УДК [658:338.585]:657.47

Галуцких Н.А. (ХНУ им. В. Н. Каразина)

В условиях перехода Украины к рыночной экономике борьба за потребителя на внутреннем и внешнем рынках требует создания и производства конкурентоспособных товаров. Конкурентоспособность – это многоаспектное понятие, означающее соответствие товара условиям рынка, конкретным требованиям потребителей. Под конкурентоспособностью понимается комплекс потребительских и стоимостных (ценовых) характеристик товара, определяющих его успех на рынке, т.е. преимущество именно этого товара над другими в условиях широкого предложения конкурирующих товаров – аналогов.[1] Согласно показателям мирового рейтинга наиболее конкурентоспособных экономик, составленном World Economic Forum, первую и вторую строчки занимают США и Сингапур.

Последние же позиции в рейтинге занимают Эквадор, Болгария и Украина. Россия находится всего лишь на несколько строчек выше, обосновавшись на 55-м месте. Рейтинг экономик 59 государств был составлен на основании оценки их способности к обновлению, обмену технологиями и поддержке начинающего бизнеса.[2]

В этой связи, возникает потребность в управлении конкурентоспособностью продукции. Обобщение теории и практики конкуренции позволяет выделить пять

основных стратегий конкуренции, обладающих неоспоримыми преимуществами, но и не лишённые недостатков:

- лидерство в области затрат;
- дифференциация продукции;
- сегментирование рынка;
- внедрение новшеств;
- немедленное реагирование на потребности рынка.

Стратегия лидерства в области затрат даёт ряд преимуществ, наиболее существенным, из которых является возможность установления более низкой цены, чем цены товаров – конкурентов.[3]

Поскольку с 2000 года планируется изменить бухгалтерский учёт, то имеет смысл произвести сравнительный анализ состава производственной себестоимости в новом бухгалтерском учёте и существовавшем ранее в виде сравнительной табл.1.

Таблица 1.

Сравнительный состав производственной себестоимости.

№ п/п	Основные элементы производственной себестоимости	
	По старой системе учёта	По новой системе учёта
1.	Материальные затраты	Прямые материальные затраты
2.	Затраты на оплату труда	Прямые расходы на оплату труда
3.	Отчисления на социальные мероприятия	Другие прямые расходы
4.	Амортизация основных фондов и нематериальных активов	Общепроизводственные расходы
5.	Другие затраты	

Следовательно, с 2000 года абсолютное значение себестоимости (по всем видам продукции) должно быть меньше, то есть из нее изъяты две огромные статьи – отчисления на социальные мероприятия и амортизация основных фондов и нематериальных активов.[4,5].

Для понимания влияния управленческих затрат на себестоимость, оптовую и розничную цены представлен рис.1, в котором на уровне структурно-логической схемы показано это влияние.

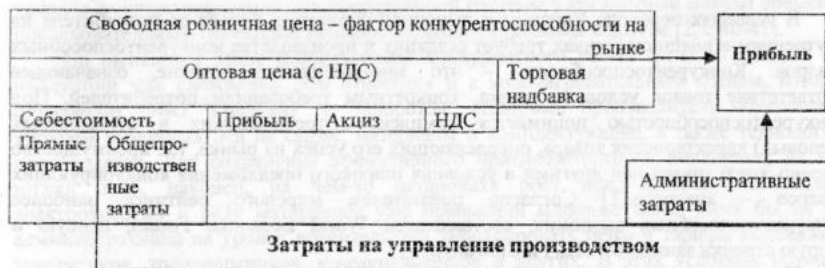


Рис. 1. Место управленческих затрат в конкурентоспособности.

Общепроизводственные расходы подразделяются на постоянные и переменные. К переменным относятся расходы на обслуживание и управление производством, которые изменяются прямо (или почти прямо) пропорционально изменению объема деятельности. К постоянным общепроизводственным расходам относятся остающиеся неизменными (или почти неизменными) при изменении объема деятельности.

Кроме того, существуют операционные расходы, которые не включаются в себестоимость реализованной продукции, но непосредственно влияют на стоимость выпущенной продукции. В состав таких расходов включаются административные расходы, расходы на сбыт и другие операционные расходы.

К административным расходам относятся следующие общехозяйственные расходы, направленные на обслуживание и управление предприятием:

- расходы на служебные командировки и содержание аппарата управления предприятием и другого общехозяйственного персонала;
- расходы на связь;
- расходы на урегулирование споров в судебных органах и т. д.

Таким образом, можно утверждать, что именно рациональное сокращение постоянных общепроизводственных расходов и административных расходов позволит производителю лидировать в области затрат. Сокращение же управленческих расходов позволит производителю, сохранив нормальную прибыль, существенно снизить цену продукции, повысив тем самым ее конкурентоспособность [5]

Как показал анализ ряда предприятий Харьковской области удельный вес управленческих затрат в составе себестоимости продукции достаточно высок. В частности, управленческие расходы в составе себестоимости станка 3М 132В полуавтомат кругло шлифовальный универсальный производства Харьковского станкоинструментального завода составляет 9026 грн. в 1997 г. и 10630 грн. в 1998 г., то есть 14,9 и 16,6% соответственно в его общей себестоимости.

Однако следует обратить внимание на структуру управленческих расходов. Например, структура управленческих расходов анализируемого станка представлена в табл. 2.

Таблица 2.

Управленческие расходы в составе себестоимости станка (3М132В).

№ п/п	Наименование статей затрат	1997 г.		1998 г.		1999 г.		Отклонения, %
		грн.	%	грн.	%	грн.	%	
1.	Цеховые расходы	4501	49,9	5200	48,9	5200	48,9	- 1
2.	Общезаводские расходы	4525	50,1	5430	51,1	5430	51,1	+ 1
3.	Управленческие расходы	9026	100,0	10630	100,0	10630	100,0	-

Рассматривая структуру управленческих расходов по двум составляющим (цеховым и общезаводским), можно заметить, что имеет место слабая тенденция роста общезаводских расходов с 50,1% до 51,1%. Следовательно, можно сделать вывод об усилении функций административного управления при неизбежном ослаблении технологического и функционального, которое, как известно, реализуется на уровне цехов и участков заводского производства.

Следовательно, сократив именно общехозяйственные расходы, предприятие получит возможность снизить цену изделия, повысив тем самым его привлекательность в глазах потребителей, а значит и конкурентоспособность.

ЛИТЕРАТУРА

1. Энциклопедический словарь бизнесмена: менеджмент, маркетинг, информатика /Под общ. ред. М.И. Молдованова. – К.: Техника, 1993. – 856с.
2. Газета «Київський телеграф», 11-17 сентября 2000г. /№ 28/.
3. Цены и ценообразование: Учебник для вузов. 3-е издание /Под ред. В.Е. Есипова. – СПб: Издательство «Питер», 2000. – 464с.
4. Типовое положение по планированию, учету и калькулированию себестоимости продукции в промышленности, утвержденное Постановлением Кабинета Министров Украины от 26.04.96 г. № 473.

5. П(С)БУ 16 «Расходы» – Положение (стандарт) бухгалтерского учета 16 «Расходы», утвержденное приказом Министерства финансов Украины от 31.12.99 г. № 318.

О ВЛИЯНИИ ОБЪЕМА И СТРУКТУРЫ ТОВАРООБОРОТА НА УРОВЕНЬ ЗАТРАТ ПО ИНФОРМАЦИОННОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ УПРАВЛЕНИЯ

УДК 658.009.02

Шинкарь С.Н. (ХГАТОП)

Важным ресурсом, обеспечивающим эффективную деятельность предприятия, становится управленческая информация. Рассмотрим себестоимость информации. В связи с этим представляется целесообразным изучить расходы на информационное обеспечение управленческой деятельности предприятий общественного питания.

Анализ затрат на формирование управленческой информации проводится с целью выявления причин, определяющих уровень себестоимости управленческого продукта и выбора наиболее эффективных путей ее снижения. Расходы на информационное обеспечение управления относим к внепроизводственным расходам, а именно к административно-управленческим расходам, и рекомендуем подразделять на такие виды (статьи):

- расходы на оплату труда работников управления и начисления на заработную плату;
- расходы по аренде и содержанию зданий, помещений (включая охрану, не состоящую в штате предприятия);
- амортизация вычислительных машин, программ и оргтехники, а также помещений, занимаемых работниками управления;
- износ мебели и инвентаря; 0
- канцелярские и почтово-телеграфные расходы;
- прочие расходы.

Расходы на оплату труда работников управления и начисления на заработную плату, включая заработную плату работников, связанных прямо или косвенно с формированием управленческой информации (бухгалтерской, статистической, оперативной, финансовой, плановой и т.д.). Эту информацию формируют структурные подразделения, бухгалтерия, плановый отдел, торговый отдел, отдел кадров и другие управленческие службы.

Расходы по аренде и содержанию зданий, помещений включают:

- 1) плату за аренду помещений, занимаемых работниками управления, по установленным ставкам согласно заключенному между сторонами договору;
- 2) расходы на отопление, освещение, водоснабжение, канализацию и другие коммунальные услуги в части занимаемой площади;
- 3) расходы по содержанию в чистоте помещений; стоимость предметов и средств ухода за помещениями;
- 4) стоимость электроэнергии, потребленной вычислительными машинами и оргтехникой, а также расходы на освещение помещений управленческого персонала;
- 5) расходы на проведение противопожарных мероприятий по управлению;
- 6) расходы на установку, содержание и ремонт сигнализационных устройств;
- 7) плату за охрану помещений, занимаемых управленческими работниками, по договорам, заключенным с другими предприятиями, организациями и учреждениями, оказавшими услуги по охране этих объектов.

Статья "Амортизация вычислительных машин и оргтехники, помещений, занимаемых работниками управления" включает амортизационные отчисления на полное восстановление вычислительных машин, оргтехники.

На статью "Износ мебели и инвентаря" относят износ, находящегося в эксплуатации инвентаря, мебели; расходы на ремонт мебели и инвентаря.

Канцелярские и почтово-телеграфные расходы включают:

- 1) затраты, связанные с приобретением и печатанием канцелярских принадлежностей, бланков отчетности и т.д.;
- 2) оплату телефонных и почтово-телеграфных услуг.

Все другие текущие расходы включены в группу "Прочие расходы". По своему содержанию и свойствам они неоднородны. К прочим расходам следует отнести расходы на командировки, отчисления в ремонтный фонд, приобретаемые на здания управления, ремонт вычислительной и оргтехники, затраты на приобретение дискет.

Уровень затрат на обработку управленческой информации определяется в первую очередь объемом товарооборота. В обследованных предприятиях общественного питания информационные затраты в среднем составляют 3% от объема товарооборота.

Анализируя уровень этих затрат, необходимо проанализировать факторы, влияющие на него. Изучение характера и степени влияния каждого фактора на уровень и динамику информационных затрат позволяет вскрыть значительные резервы экономии. Информационные затраты зависят от объема информации. Количество перерабатываемой информации зависит от объемных показателей предприятий. Показатели выбирались с таким расчетом, чтобы определение их значений не было сложным, трудоемким и, кроме того, они имели бы отражение в отчетности (статистической, оперативной или бухгалтерской). Таким образом, прежде всего, наиболее существенными факторами, влияющими на затраты по формированию управленческой информации, являются: объем товарооборота, удельный вес продукции собственного производства. При этом при увеличении объема товарооборота уровень затрат на информацию в этом объеме товарооборота снижается. Такая зависимость носит гиперболический характер, которую можно выразить уравнением:

$$y = a_0 + \frac{a_1}{x}$$

Применительно к рассматриваемым предприятиям общественного питания, это уравнение будет иметь вид:

$$y_x = 1.246 + \frac{886733}{x}$$

Это уравнение можно использовать при определении затрат на формирование управленческой информации на предприятии в планируемом периоде.

На уровень затрат по формированию управленческой информации оказывает влияние и структура товарооборота, а именно удельный вес продукции собственного производства в товарообороте. Это объясняется тем, что с ростом удельного веса продукции собственного производства в товарообороте возрастает объем калькулирования цен, расширяется ассортимент поступающего сырья, также увеличивается количество обрабатываемых отчетных документов, документов по расчету наценок. А все это ведет к росту объемов обрабатываемой информации, а, следовательно, и росту затрат на обработку этой информации.

Для исследования степени влияния объема и структуры товарооборота на уровень затрат на информацию целесообразно использовать двухфакторную регрессионную экономико-математическую модель. Для определения такой зависимости может быть использовано следующее уравнение:

$$y = a + \frac{b}{x_1} + c \cdot x_2,$$

где y – уровень затрат на информацию, %;

x_1 – объем товарооборота предприятия, тыс. грн;

x_2 – удельный вес продукции собственного производства, %;

a, b, c – параметры уравнения.

Для совокупности исследуемых предприятий это уравнение имеет вид:

$$y = 0,913 + \frac{866603,97}{x_1} + 0,0064 \cdot x_2.$$

Таким образом, при увеличении удельного веса продукции собственного производства на 1% уровень затрат на информацию возрастет на 0,0064% к товарообороту. Анализ уровня и эффективности затрат на формирование управленческой информации позволяет сделать вывод, что на предприятиях общественного питания имеются значительные резервы снижения этих затрат, и необходима активизация работы по их использованию.

СИСТЕМА КЛАССИФИКАЦИИ ЗАТРАТ ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВОМ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА

УДК 657.471.65

Скрипниченко В.В. (ХИБМ)

Экономические реформы, проводимые в Украине, привели к необходимости реформирования системы бухгалтерского учета. Управление производством сложный процесс, связанный с учетом и анализом затрат на производство и реализацию продукции. Учет затрат на производство необходим для:

- 1) получения учетных данных о производственных затратах с целью определения себестоимости продукции и ожидаемой прибыли от ее реализации.
- 2) прогнозирования будущих затрат на производство и обеспечения этой информацией менеджеров для принятия правильных решений.
- 3) организации учета затрат по центрам ответственности с целью контроля за затратами по местам их возникновения.

Реформа бухгалтерского учета изменила подходы к формированию учетной информации о затратах предприятия. В современных условиях необходимо классифицировать затраты для целей финансового, управленческого и налогового учета.

Финансовый учет затрат регулируется Законом Украины “О бухгалтерском учете и финансовой отчетности в Украине”, П(С)БУ 3 “Отчет о финансовых результатах” и П(С)БУ 16 “Расходы”. Так, в соответствии с П(С)БУ 3 расходы – это уменьшение экономических выгод в виде выбытия активов или увеличения обязательств, которые приводят к уменьшению собственного капитала предприятия. Формирование затрат предприятия в финансовом учете предназначено для определения финансового результата отчетного периода. В свою очередь размер финансового результата интересует внешних пользователей учетной информации предприятия, таких как инвесторы, кредиторы и др. До вступления в силу П(С)БУ 3 “Отчет о финансовых результатах” и П(С)БУ 16 “Расходы” затраты производственных предприятий ассоциировались только с себестоимостью продукции, произведенной за отчетный период. Все затраты предприятия, связанные с производством, реализацией готовой продукции, а также затраты, связанные с ведением хозяйственной деятельности предприятия относились в себестоимость готовой продукции, формируя полную себестоимость. Сегодня изменился подход к определению себестоимости продукции. Так, себестоимость – это сумма затрат, непосредственно связанных с производством продукции.

В соответствии с требованиями Национальных стандартов бухгалтерского учета следует различать производственные, и непроизводственные затраты. Себестоимость продукции формируется исключительно из прямых затрат на ее производство, т.е. сырье и материалы, прямая заработная плата и другие затраты непосредственно связанные с производством продукции, а также затраты, связанные с управлением и обслуживанием производственного процесса, т.е. общепроизводственные затраты, которые ранее именовались общеховыми. В этом выражена историческая природа себестоимости. Затраты же связанные со сбытом продукции, организацией и ведением хозяйственной деятельности не связаны непосредственно с производственным процессом и не могут быть включены в себестоимость продукции. Такая трактовка затрат предприятия вызвала негативное отношение у бухгалтеров. Это связано с тем, что выделение административных расходов и расходов на сбыт из себестоимости дает возможность пользователям финансовой отчетности достоверно оценить влияние различных затрат на полученный финансовый результат. Т.е. что оказало существенное влияние на финансовый результат производственная себестоимость реализованной продукции или заработная плата директора предприятия, включаемая в административные расходы. Прозрачность затрат также дает возможность оценить уровень управления предприятия. Для лучшего понимания новой концепции классификации затрат следует разобраться с понятием затрат на продукт и затрат за период.

В соответствии с П(С)БУ 3 "Отчет о финансовых результатах, деятельность предприятия, связанная с производством и реализацией продукции называется операционной деятельностью предприятия. Следовательно и затраты, осуществленные в результате такой деятельности – операционными. В свою очередь в составе операционных затрат, в соответствии с П(С)БУ 16, как отмечалось выше следует различать затраты, связанные с производством продукции и затраты, связанные с хозяйственной деятельностью предприятия. Влияние на финансовый результат этих затрат различен. Затраты, связанные с производством называют затратами на продукт, а затраты, связанные с обеспечением хозяйственного процесса – затратами за период. К затратам на продукт относятся затраты, которые непосредственно связаны с производством продукта и формируют его себестоимость. На производственных предприятиях к таким затратам относят затраты на материалы, заработная плата производственных рабочих и отчисления от нее и другие прямые производственные затраты. Такие затраты формируют историческую себестоимость продукции и влияют на финансовый результат, т.е. относятся на счета расходов отчетного периода, в момент реализации готовой продукции. Затраты за период не связаны с производством продукции и не включаются в ее себестоимость. К таким затратам относят затраты на управление предприятием, сбыт продукции и др. Например, заработная плата директора и главного бухгалтера предприятия, расходы на расчетно-кассовое обслуживание не связаны непосредственно с производством продукции и не могут быть включены в ее себестоимость. Такие затраты относятся на счета расходов отчетного периода в том периоде, когда они осуществлены.

В отличие от финансового учета затрат налоговый учет регулируется законом Украины "О налогообложении прибыли предприятий", в соответствии с которым в состав валовых затрат включаются различные затраты предприятия, уплаченные (начисленные) в течение отчетного периода в связи с подготовкой, организацией, ведением производства и реализацией продукции. Таким образом стоимость приобретенных материалов включаются в состав валовых затрат в налоговом учете. В финансовом же учете стоимость приобретенного материала будет считаться затратами в период изготовления из этих материалов продукции и относятся на счета расходов отчетного периода, т.е. оказывают влияние на финансовый результат в периоде

реализации готовой продукции. Такое отличие в учете затрат и в подходах к их классификации в системе финансового и налогового учета создает определенные трудности бухгалтерам, связанные с ведением двойного учета затрат.

Управленческий учет необходим руководству предприятия для анализа и прогнозирования затрат и финансовых результатов. Классификация затрат по операционным статьям, рассмотренная выше и используемая в финансовом учете, на наш взгляд актуальна и в системе управленческого учета. Она обеспечивает контрольную функцию управленческого учета за уровнем затрат на производственных предприятиях. Разделение затрат на производственные и непроизводственные позволяет руководству предприятия дает возможность предприятию своевременно среагировать на изменение суммы затрат и оценить влияние производственных и непроизводственных затрат на финансовый результат еще до его определения в финансовом учете.

Таким образом, изменение подходов к формированию учетной информации о затратах обусловлено и обосновано целью ведения бухгалтерского учета сегодня. В соответствии с Законом Украины "О бухгалтерском учете и финансовой отчетности в Украине" целью ведения бухгалтерского учета является предоставление пользователям для принятия решений полной, правдивой и непредвзятой информации о результатах деятельности предприятия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Закон Украины "О бухгалтерском учете и финансовой отчетности в Украине" от 16.06.1999 г. № 996-XIV.
2. Положение (стандарт) бухгалтерского учета 3 "Отчет о финансовых результатах" утверждено приказом Министерства финансов Украины от 31 марта 1999 г. № 87.
3. Положение (стандарт) бухгалтерского учета 16 "Расходы" утверждено приказом Министерства финансов Украины от 31 декабря 1999 г. № 318.
4. Друри к. Введение в управленческий и производственный учет: Пер. с англ./ Под ред. С.А. Табалиной. – М.: Аудит, ЮНИТИ, 1997. – 560 с.
5. Управленческий учет: Учебное пособие / Под редакцией А.Д. Шеремета. – М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2000. – 512 с.

ВЛИЯНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ ПРОИЗВОДСТВА СТРОИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ НА СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ОТРАСЛИ

УДК 658.1

Волкова М.В. (ХГАГХ)

Методы учета затрат и калькулирования себестоимости продукции во многом зависят от особенностей организации и технологии производства, а также от производственной структуры самого предприятия. Поэтому выбор метода калькулирования себестоимости продукции необходимо рассматривать исходя из особенностей организации и технологии производства.

В промышленности строительных материалов производится много видов разнообразной продукции, среди которых важнейшее место принадлежит сборному железобетону. Продукция отрасли сборного железобетона в связи с широкой областью применения и многообразием конструктивных форм состоит из большого числа типов и типоразмеров, поэтому данную отрасль следует отнести к числу многопродуктовых отраслей. Производственный цикл на предприятиях сборного железобетона состоит из трех взаимосвязанных потоков: изготовление арматуры, производство бетона; формование и термовлажностная обработка железобетонных изделий. Каждый из

данных потоков имеет свои особенности и самостоятельное значение в общем процессе изготовления железобетонных конструкций.

Существует несколько технологических схем производства железобетонных изделий. В настоящее время на заводах сборного железобетона наиболее распространенными технологическими схемами производства являются поточно-агрегатная и стендовая. При агрегатно-поточной технологии обеспечивается наиболее эффективное сочетание относительно малых затрат труда с относительно небольшими капитальными вложениями.

Конвейерная технологическая схема отличается от других технологических схем наименьшими затратами труда на изготовление железобетонных изделий. Это результат высокого уровня механизации при конвейерной технологии производства. Однако при данной технологии производства требуются большие капитальные вложения, а поэтому, высокие амортизационные отчисления по оборудованию.

Стендовое производство характеризуется изготовлением изделий в стационарных формах. При стендовой технологии необходимы минимальные капитальные вложения, однако требуются наибольшие затраты труда на изготовление 1м^2 железобетона. Поэтому на стендах рекомендуется изготавливать крупные конструкции, габариты и вес которых с формой превышают технические возможности промплощадок, а также нетранспортабельные конструкции, производство которых технически невозможно организовать на конвейерах или поточно-агрегатных линиях.

Кассетное производство представляет собой разновидность стендового производства, получившее распространение введением в действие предприятий крупнопанельного домостроения, где в вертикальном положении в стационарных разъемных групповых формах-кассетах изготавливаются крупные панели, лестничные марши, площадки и т.д.

Каждый из переделов представляет собой самостоятельную часть производственного процесса. В первом переделе готовится бетон, при производстве которого выполняется целый комплекс работ, начиная с подачи сырья со склада или карьера в бетоносмесительный узел и кончая выпуском бетонной массы. Часть бетонной смеси является готовой продукцией - это бетон товарный, предназначенный для реализации. Другая часть бетона - бетон конструктивный - представляет собой готовый полуфабрикат, который предназначен для формовки железобетона. Во втором переделе готовятся арматурные каркасы, сетки, стержни, закладные детали. Полуфабрикат первого передела (бетон конструктивный) и второго передела (арматурные каркасы, сетки, стержни, закладные детали) поступают в третий передел - формовочный, где дальнейшей доработке уже не подлежат. Таким образом, каждый передел представляет собой важный и вполне самостоятельный этап обработки изделий. В формовочном переделе на основе полуфабрикатов, произведенных в первых двух переделах, выпускается готовая продукция.

Завершенный характер производственного цикла в каждом из переделов позволяет группировать затраты внутри основного производства строго по местам их возникновения (по переделам).

Кроме того, особенности организации и технологии производства сборного железобетона позволяют провести правильное разграничение производств на основное, вспомогательное и подсобное (непромышленного характера). Это разграничение позволяет осуществить группировку затрат именно по этим видам производств, что способствует правильному учету затрат по местам возникновения, точному исчислению себестоимости отдельных видов продукции.

Поточный метод организации формовочного передела по поточному методу обеспечивает непрерывность производственного процесса, влияет на учет труда и

зарплаты, значительно упрощая и сокращая его. За каждой поточной линией закрепляется постоянный вид изделий, что позволяет организовать оплату труда по конечной операции, упростить процедуру учета выработки, сократить документацию по заработной плате и расчеты с рабочими. Поточный метод организации производства обеспечивает возможность точного отнесения затрат по содержанию и использованию оборудования на себестоимость отдельных видов продукции.

Исследования особенностей технологии производства сборного железобетона привели нас к выводу, что здесь характерна поштучная передача формованных изделий с одной операции на другую или поштучная их обработка на рабочих местах. Обработка изделий партиями применяется лишь в камерах твердения и в групповых формах при кассетной технологии. Дальнейшие операции с изделиями проводятся поштучно.

При поштучной обработке изделий создаются условия установления технологически обоснованных норм расхода материалов на производство каждого конкретного типоразмера изделий. Это дает возможность более точно распределять фактический расход материалов между видами продукции.

Каждая технологическая схема производства железобетона имеет специфическую длительность производственного цикла, измеряемую промежутком времени с момента запуска изделия в производство до момента полного изготовления, приемки и подготовки его к потреблению.

Однако при всех технологических схемах производства в условиях организации ускоренного твердения бетона продолжительность производства железобетонных изделий не превышает одних суток. Следовательно, объем незавершенного производства на предприятиях сборного железобетона, как правило, незначителен. Это позволяет оценивать его суммой прямых затрат.

Остатки незавершенного производства на начало и конец месяца учитываются только по арматуре и готовым (сформованным) конструкциям, находящимся в камерах пропаривания. В производстве бетона незавершенного производства практически не бывает.

Короткий производственный цикл и незначительный объем незавершенного производства на предприятиях сборного железобетона создают все предпосылки для группировки затрат по местам их возникновения, то есть по переделам.

Анализируя технологию производства железобетона, можно сделать вывод о возможности одновременного использования одной марки бетона из бетоносмесительного передела для изготовления нескольких типоразмеров изделий, что делает прямое отнесение материалов на определенные типоразмеры изделий невозможным. Но железобетон отдельных типоразмеров легко объединяется в укрупненные группы, что создает возможность группировать расходы на материалы по этим укрупненным группам, а внутри каждой из этих групп распределять названные расходы с помощью коэффициентов.

Большое значение при организации учета затрат и планирования себестоимости продукции придается состоянию нормативного хозяйства на предприятии. Наличие на предприятии твердой номенклатуры изделий и разработанных обоснованных норм по расходу материалов, топлива, энергии, зарплаты, смет расходов по управлению и обслуживанию производства может оказать решающее влияние при выборе метода планирования и построения аналитического учета затрат на производство.

На выбор метода планирования и учета затрат влияет наличие и использование средств механизации учета. На предприятиях сборного железобетона до настоящего времени средства механизации учета используются очень слабо. Заводы не оснащены в достаточной степени даже простыми вычислительными машинами.

Таким образом, на методы группировки затрат и калькулирования себестоимости сборного железобетона решающее влияние оказывают следующие особенности организации и технологии производства:

- 1) попередельный характер изготовления продукции;
- 2) поточный метод обработки изделий;
- 3) сравнительно небольшой производственный цикл изготовления продукции (менее суток);
- 4) особенности расхода сырья и материалов (цемента, песка, щебня, гравия на производство железобетона;
- 5) состояние нормативного хозяйства;
- 6) уровень автоматизации нормирования и планово-учетных работ.

На формирование плана себестоимости продукции, аналитический учет затрат на производство, первичную документацию и порядок калькулирования себестоимости влияет также тип производства (массовый, серийный или индивидуальный), уровень специализации и масштаб выпуска продукции.

Выпуск сборного железобетона осуществляется небольшими партиями, иногда по заказам изготавливаются даже отдельные конструкции. Поскольку в продукция крупносерийного производства изготавливается длительное время и в большом объеме, калькуляция должна составляться ежемесячно на каждый ее типоразмер. Аналитический учет затрат строится по типоразмерам изделий.

В условиях универсального производства, когда предприятие выпускает от 200 до 500 типоразмеров, в качестве объекта калькуляции целесообразно устанавливать всю партию изделий этого вида: опоры контактной сети, плиты ПНЖ, плиты ПТК и т.д. без детализации их по типоразмерам. Калькуляция составляется на всю партию, так как вести учет затрат по каждому типоразмеру изделий на универсальных предприятиях практически невозможно.

ІНТЕГРАЛЬНИЙ ПОКАЗНИК ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВ-ЕКСПОРТЕРІВ

УДК 658.14/17

Бубенко С.П. (ХДЕУ, СП «Амкис-ЛГД»)

На сьогоднішній день у багатьох країнах існує розвинена система підтримки експортної діяльності. Найважливіше значення має створення ефективної системи кредитування експортної діяльності, що може здійснюватися за рахунок бюджету та інших державних фондів, у формі банківського кредитування (пов'язані кредити та ін.). Одним з найважливіших етапів кредитування підприємств-експортерів є оцінка фінансового стану таких підприємств, що здійснюється банками або відповідними державними фінансовими органами.

Однак, велика кількість часних показників фінансового стану, кожний з яких характеризує свій окремий аспект фінансового стану, ускладнює оцінку підприємства з фінансової точки зору. В якості рішення даної проблеми автором пропонується інтегральний (узальнюючий) показник фінансового стану, що враховував би кілька (або всі) часні показники фінансового стану та дозволяв визначити сукупний рівень фінансового стану підприємства-експортера.

Для оцінки фінансового стану підприємства-експортера пропонується використовувати наступні часні показники: коефіцієнт грошового покриття (МС), коефіцієнт фінансового покриття (КС), коефіцієнт загального покриття (FC), коефіцієнт співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості (DC), питома вага коштів

у вільно конвертованих валюті в активах (CW), коефіцієнт автономії (незалежності) (AQ), питома вага довгострових залучених коштів у залученому капіталі (LC), коефіцієнт обіговості всіх активів (AT), коефіцієнт обіговості обігових коштів (OT), фондодільця (FR), рентабельність продаж (SR), рентабельність експортованої продукції (ER), відносний приріст активів в результаті зміни валютних курсів (RI).

Нормуємо показники фінансового стану підприємства-експортера з метою переходу до безрозмірного вигляду. Діапазоном їх варіації після нормування буде інтервал $[0...1]$.

Автором пропонуються 2 варіанти інтегрального показника фінансового стану підприємства-експортера.

У розрахунок першого варіанту інтегрального показника фінансового стану (integral index of financial standing – *IIFS*) включимо наступні показники: коефіцієнт загального покриття (FC), коефіцієнт автономії (AQ), коефіцієнт обіговості активів (AT) та рентабельність продаж (SR).

Перший варіант інтегрального показника розрахуємо за наступною формулою:

$$IIFS_1 = 0,01 FC + 0,02 AQ + 0,02 AT + 0,01 OT + 0,15 SR \quad (1)$$

Розрахуємо інтегральний показник фінансового стану для ряду підприємств-експортерів Харківської області. Для цього спочатку розрахуємо показники фінансового стану для підприємств-експортерів Харківської області, а потім за формулою (1) визначимо інтегральний показник *IIFS*₁ для кожного підприємства. Результати зведемо до табл. 1.

Таблиця 1

Інтегральний показник фінансового стану підприємств-експортерів Харківської області

Підприємство-експортер	<i>IIFS</i> ₁	<i>IIFS</i> ₂
АТ "Хартрон"	0,160	1,796
ВАТ "Електромашина"	0,141	2,975
ВАТ "Дергачівський завод турбокомпресорів"	0,095	-9,059
ВАТ "Харківський метизний завод"	0,141	1,649
АТ «Харківський завод транспортного устаткування»	0,122	9,108
ВАТ "ХарківУАЗсервіс"	0,162	9,726
ВАТ завод «Спецтехобладнання»	0,087	-10,7
ВАТ "Коннектор"	0,137	-0,199
ХВО "Протон"	0,186	11,0
ВАТ "Лозівський ковальсько-механічний завод"	0,048	-10,37
ВАТ "Чугувська паливна апаратура"	0,063	-8,041
ВАТ "Серп та молот"	0,068	-8,824
ВАТ "Куп'янський ливарний завод"	0,027	-11,03
ВАТ «Харківський релейний завод»	0,145	1,306
ВАТ "Харківський підшипниковий завод"	0,121	9,539
ВАТ "Харківський тракторний завод"	0,126	2,610
ЗАТ "Південкабель"	0,188	11,244

Таким чином, за інтегральним показником *IIFS*₁ підприємства чітко диференціюються на 4 групи:

1) підприємства, що мають стабільний фінансовий стан: ЗАТ "Південкабель" (значення інтегрального показника – 0,188); ХВО "Протон" – 0,186; ВАТ "ХарківУАЗсервіс" – 0,162.

2) підприємства, що мають задовільний фінансовий стан: АТ "Хартрон" – 0,160;

"Харківський релейний завод" – 0,145; БАТ "Електромашина" – 0,141; БАТ "Харківський метизний завод" – 0,141; БАТ "Коннектор" – 0,137; БАТ "Харківський тракторний завод" – 0,126.

3) підприємства, що мають помірно незадовільний фінансовий стан: "Харківський завод транспортного устаткування" – 0,122; БАТ "Харківський підшипниковий завод" – 0,121.

4) підприємства, що мають критичний фінансовий стан: БАТ "Дергачівський завод турбокомпресорів" – 0,095; БАТ завод Спецтехобладнання – 0,087; БАТ "Серп та молот" – 0,068; БАТ "Чугуївська паливна апаратура" – 0,063; БАТ "Лозівський ковальсько-механічний завод" – 0,048; БАТ "Куп'янський ливарний завод" – 0,027.

Відзначимо, що до підприємств, які мають критичний фінансовий стан, у першу чергу потрапили підприємства з від'ємним рівнем маржинальної рентабельності: БАТ "Дергачівський завод турбокомпресорів" (рентабельність – 18,9 %); БАТ завод Спецтехобладнання (– 15,5 %); БАТ "Серп та молот" (– 28,6 %); БАТ "Чугуївська паливна апаратура" (– 28,5 %); БАТ "Лозівський ковальсько-механічний завод" (– 39,6 %); БАТ "Куп'янський ливарний завод" (– 117,9 %).

Другий варіант інтегрального показника фінансового стану підприємств-експортерів ґрунтується на застосуванні засобів дискримінантного аналізу.

Представимо інтегральний показник ($IIFS_2$) як деяку функцію первинних (часних) показників фінансового стану підприємства – їх лінійну комбінацію:

$$IIFS_2 = \beta_1 MC + \beta_2 KC + \beta_3 FC + \beta_4 DC + \beta_5 CW + \beta_6 AQ + \beta_7 LC + \beta_8 AT + \beta_9 OT + \beta_{10} FR + \beta_{11} SR + \beta_{12} ER + \beta_{13} RI + \beta_0 \quad (2)$$

де β_i – коефіцієнти.

Для того, щоб інтегральний показник максимально відрізнявся для різних підприємств, необхідно максимізувати для них дисперсійне відношення Фішера (F), а також співвідношення змінності "корисного сигналу" та змінності "перешкоди"

$$(\lambda): F = \frac{SS_b}{SS_e} \times \frac{v_e}{v_u} \rightarrow \max, \quad (3)$$

$$\lambda = \frac{SS_u}{SS_e} \rightarrow \max \quad (4),$$

де SS_u – змінність між групами (проектами),

SS_e – змінність залишку,

SS_u, v_u, v_e – число ступенів волі ($v_u = k-1, v_e = n-k$),

n – кількість спостережень, k – кількість груп.

У результаті розрахунків визначимо β -коефіцієнти кожного часного показника, що дозволяють порівнювати внески окремих (часних) показників фінансового стану у формуванні інтегрального показника фінансового стану підприємств-експортерів.

Обробимо розраховані нами показники фінансового стану підприємств-експортерів Харківської області у математичному пакеті STATGRAPH процедура Q7.Discriminant Analysis (або іншою пакеті). Отримаємо коефіцієнти дискримінантних функцій, з яких виберемо найсильнішу. Отже, другий варіант інтегрального показника фінансового стану підприємств-експортерів $IIFS_2$ матиме вигляд:

$$IIFS_2 = -27,7138 \cdot MC + 142,739 \cdot KC - 6,96379 \cdot FC - 138,339 \cdot DC + 56,5249 \cdot CW + 2,38901 \cdot AQ - 30,7031 \cdot LC + 146,063 \cdot AT - 26,8639 \cdot OT - 143,761 \cdot FR + 5,78329 \cdot SR - 11,094 \cdot ER - 38,1633 \cdot RI + 45,5501$$

Розрахуємо значення інтегрального показника фінансового стану $IIFS_2$ для підприємств-експортерів Харківської області. Результати представлено у табл. 1

Ми бачимо, що результати аналізу, тобто диференціація підприємств за показником $IIFS_2$, співпадають з результатами, отриманими за інтегральним показником $IIFS_1$. Виключення становить підприємство "Харківський завод транспортного устаткування" та ВАТ "Харківський підшипниковий завод", рівень фінансового стану яких за показником $IIFS_2$ дещо вищий від рівня, отриманого за показником $IIFS_1$. Це можна пояснити тим, що дані підприємства мають досить високі значення багатьох часових показників фінансового стану та у залежності від того, яким з них надавати найбільшу вагу, сукупний фінансовий стан даних підприємств можна оцінювати по-різному.

Таким чином, отримали два варіанти інтегрального показника, що дозволяють здійснити всебічну характеристику фінансового стану підприємств-експортерів.

ЛОГИСТИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ В ОСВОЕНИИ ЗАРУБЕЖНЫХ РЫНКОВ СБЫТА УДК 658.84

Рогожина И.В. (ХГЭУ)

Конкурентоспособность предприятий на внешних рынках может быть достигнута только при оптимизации пропорций между производственными мощностями и их загрузкой, объемом материально-технических запасов, их территориальным размещением и темпами перевозок. В этой связи все более широкое применение находят логистические системы.

Логистические системы решают задачу высокой степени согласованности входящих в них производительных сил в целях управления сквозными материальными потоками. Как и всякие другие системы, логистическая состоит из элементов, с определенным образом упорядоченными связями.

На макроуровне при прохождении материального потока от одного предприятия к другому в качестве элементов логистической системы обычно рассматривают предприятия и оптовые склады, а также транспорт, обеспечивающий движение материального потока. На микроуровне логистическая система может быть представлена в виде следующих основных подсистем (операций): снабжения производства, сбытом, транспортировки. Как видим, элементы логистических систем разнокачественные, но одновременно совместимые. Совместимость обеспечивается единством цели, которой подчинено функционирование логистических систем - доставка товаров и изделий в заданное место, в нужном количестве и ассортименте в максимально возможной степени подготовленных к производственному или личному потреблению при заданном уровне издержек.

Основу связи между элементами в макрологистических системах составляет договор (контракт) между субъектами совместной хозяйственной деятельности. В микрологистических системах элементы связаны внутрипроизводственными отношениями, которые определенным образом упорядочены, за счет выполнения следующих функций:

- 1) прогнозирование спроса на выпускаемую продукцию, позволяющие представлять плановые задания, как функции времени и принимать решения по диверсификации рынков сбыта продукции;
- 2) сквозного "логистического" калькулирования затрат, ориентированных на конечный результат и слежения за фактическим состоянием дел;
- 3) сетевого планирования работ с использованием метода критического пути для особоважных работ;
- 4) распределение финансовых ресурсов по подсистемам оптимизирующим функционирование системы в целом.

Выделение границ логистической системы происходит на базе цикла воспроизводства материальных благ и производственных отношений. Так называемый принцип "от уплаты денег до получения денег" показывает связь логистических операций с процессом создания стоимости как "стоимостную цепочку", которая экономически связывает между собой производителя и потребителя.

Трансформация материального потока из сырья в потребленную продукцию проходит ряд стадий, которые только в их единстве полностью описывают логистический процесс.

Операция сбыта продукции связана с удовлетворением запросов потребителей в нужном месте и в нужное время, с исследованием рынка сбыта, воздействием на него. Это самая сложная из подсистем для управления: во-первых, именно здесь наблюдается большая неопределенность ситуации; во-вторых, для многих типов продуктов и видов деятельности сбыт самая трудоемкая и затратная часть работ; в-третьих, объем сбыта определяет объем работ на предыдущих стадиях и ошибки в решениях здесь практически не могут демфироваться производством.

Задачи решаемые этой подсистемой.

1. Изучение запросов потребителей и обработка результатов.
2. Выбор зарубежных рынков сбыта, учитывая уровень продукции, конкуренции и доступности.
3. Оптимизация каналов сбыта исходя из экономических предпосылок и требуемого уровня контроля за продвижением товара.
4. Организация продвижения товаров: оптимальный набор средств и методов, привязанных к товару и рынку.
5. Оптимизация сроков и цены заключения сделок.
6. Формирование заданий производству и НИОКР.
7. Организация транспортировки товара.

Жесткая необходимость выхода украинских предприятий на зарубежные рынки определяется, на наш взгляд, двумя основными причинами:

- 1) множество предприятий Украины строились и развивались с целью обеспечения своей продукцией всех республик бывшего Советского Союза и СЭВ. Их производственные мощности явно превышают потенциальный отечественный спрос, а материально-техническое снабжение ориентировано на широкую географию рынков.
- 2) стагнация украинской экономики продолжает сужать рынки сбыта внутри страны и способствует созданию налогового и административного давления на работающие предприятия, с целью перераспределения на них всех постоянных государственных затрат.

При таком положении дел расширение (диверсификация) зарубежных рынков позволяет предприятию поставить следующие стратегические цели:

- увеличение масштаба производственно-коммерческой деятельности за счет рынка с аналогичными перспективами;
- поднять краткосрочную прибыльность за счет зарубежных рынков, обеспечивающих экономиию по сравнению с национальным за счет разницы цен либо на ресурсы, либо на готовую продукцию;
- повысить устойчивость экономического положения, путем сбалансирования набора рынков с различными условиями технолого-экономико-социально-политической цикличности, структурных сдвигов и неожиданных событий.

В целях расширения своих дальних зарубежных рынков сбыта ОАО "Завод им.Фрунзе" использовал логистические системы для создания совместного производственного предприятия в Китае (провинция Хэбей) и сбытовой фирмы в

России недалеко от Москвы. При этом предпосылками для внутренней рентабельности проектов служат различные факторы.

Китай - это быстро развивающийся, чрезвычайно емкий рынок, технологическая база которого близка к украинскому. Более того, он представляет возможность выхода на менее емкие, но также не насыщенные и бурно развивающиеся рынки юго-восточной Азии. Однако выход на китайский рынок только за счет экспорта практически невозможен, так как стоимость аналогичной продукции там мало отличается от наших внутренних цен и стоимость транспортировки делает экспорт не рентабельным. Кроме того Китайское правительство принимает меры по ограничению экспорта продукции выпускаемой местными производителями. С другой стороны, тоже правительство предоставляет льготы совместным предприятиям с иностранными инвестициями, расширяющими занятость местного населения. Эти льготы плюс расширение производства за счет освоения близких технологий и без отвлечения значительных собственных средств позволило довольно легко найти китайских партнеров.

В российско-украинском проекте объединение происходит на контрактной основе. В этом случае Харьковское предприятие получает возможность распространять свои товары со склада в центре России, что снижает общие транспортные расходы на доставку товара конечному потребителю, повышает оперативность и скорость обслуживания рынков Восточной Европы, расширяя круг потенциальных покупателей. Российская же сторона диверсифицирует номенклатуру и цену предлагаемых ею товаров, а также получает определенные инвестиции для расширения своего складского хозяйства.

Таким образом, использование украинскими предприятиями логистических систем в своих планах проникновения прямых зарубежных инвестиций может быть взаимовыгодно как для Украины, так и для стран, в которые направляются инвестиции. По данным расчетов срок окупаемости затрат при китайском проекте составит чуть больше трех лет, а в России двух, но к этому следует добавить также и улучшение стратегических возможностей предприятия.

МОДЕЛИРОВАНИЕ СТРУКТУРЫ ЗАТРАТ ЗАКАЗЧИКА НА ДОСТАВКУ ГРУЗОВ В МЕЖДУНАРОДНОМ СООБЩЕНИИ РАЗЛИЧНЫМИ ВИДАМИ ТРАНСПОРТА

УДК 656.13:338.47; 656.13:658

Карпук Н.В. (ХГАДТУ)

Проводимая в стране экономическая реформа носит комплексный характер и затрагивает все аспекты деятельности транспорта. Развитие рыночных отношений в Украине способствовало возрастанию роли международного транспорта в обеспечении внешнеторгового обмена страны. Для успешной работы в условиях высокой конкуренции со стороны иностранных перевозчиков необходимо учитывать специфику этого вида деятельности. Выполнение международных перевозок грузов связано с прохождением транспортных средств по территориям иностранных государств, что обуславливает необходимость учёта особенностей условий перевозок при определении затрат.

При формировании первоначальной потребности в перевозках отдельными видами транспорта по нормативам поставки заказчик располагает данными о структуре потребности в перевозках по видам отправок. Поэтому, определяя сводную потребность в перевозках, заказчик должен оценивать эффективность видов транспорта по тарифам не только в зависимости от объёма и расстояния перевозок, но и размера разовых отгрузок. Для учёта учитывать совокупных затрат. Расчеты необходимо проводить

дифференцировано: с учетом зависимости затрат на доставку от вида груза, дальности и схемы перевозки, величины или вида единовременной отправки груза.

Рациональное распределение перевозок между различными видами транспорта может быть достигнуто на первоначальной стадии формирования плана перевозок, то есть при определении потребности в них субъектами товарного рынка. Транспортные организации, принимающие заявки не располагают интегрированной информацией, необходимой для рационального распределения перевозок по видам транспорта. Организация перевозки железнодорожным транспортом происходит в условиях жёсткой конкуренции с автомобильным транспортом. Качество перевозок, как правило, в большей мере отражается на общих расходах, поэтому клиент проявляет огромный интерес к оптимальному выбору транспортных услуг, а именно схемы доставки груза.

При выборе альтернативы обычно исходят из определённой системы критериев, к которым относятся:

затраты на оплату услуг транспортных, транспортно-экспедиционных фирм и других логистических посредников в транспортировке;

скорость (время) транспортировки;

качество транспортировки (надёжность доставки, сохранность груза). В общем, виде поведение заказчика на рынке транспортных услуг представлено на (рис.1)[1]

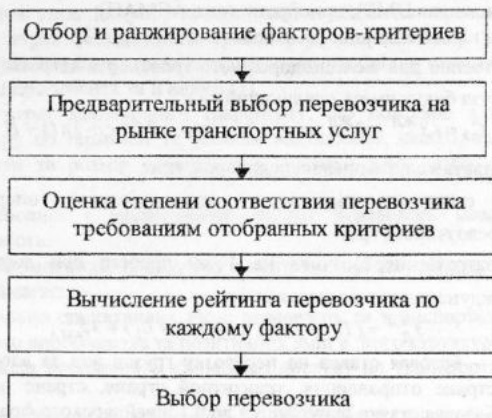


Рис. 1 - Алгоритм выбора заказчиком перевозчика груза.

Заказчик имеет полное право выбрать как перевозчика-железнодорожника, так и перевозчика-автомобилиста, выполняющих грузовые перевозки в международном сообщении. Критерии эффективности, выбранные заказчиком при одном варианте доставки груза, могут иметь совершенно другую структуру в другом варианте. Процесс выбора заказчиком рациональной схемы доставки груза является стохастическим и может соответствовать только для данного вида груза, для данного направления, для данного объема перевозок. Структура затрат заказчика ($C_{з.гр.}$) автомобильного транспорта имеет следующий вид:

$$C_{з} = (3_{д} + 3_{стр} + 3_{эсп} + 3_{п/р}) \times (1 + H/100), \quad (1)$$

где $3_{стр}$ – затраты заказчика, связанные со страхованием груза, грн.;

$3_{эсп}$ – оплата услуг фирм экспедиторов, грн.;

$З_{ПР}$ – затраты на выполнение погрузочно-разгрузочных операций, грн.;

H – процент отчислений, учитывающий существующую систему налогообложения, %;

$З_d$ – затраты перевозчика на 1 км при доставке груза в международном сообщении, грн.

$$З_d = ((C_{1КМДКР} + C_{1КМИГ}) \times L_1 + C_{СТР} + C_{РАЗ} + C_{ПМ} + C_{СБ} + C_{ТАМ} + C_{КОМ}), \quad (2)$$

где: $C_{1КМДКР}$ – тариф за 1 км на перевозку груза по территории Украины, грн;

$C_{1КМИГ}$ – тариф за 1 км на перевозку груза по территории иностранного государства, грн.

L_1 – длина маршрута, км;

$C_{СТР}$ – финансовые потери, связанные со страхованием транспортных средств осуществляющих перевозку грузов, грн.;

$C_{РАЗ}$ – затраты, связанные с приобретением разрешения на выполнение международных перевозок, грн.;

$C_{ПМ}$ – оплата проезда по платным магистралям, грн.;

$C_{СБ}$ – оплата дорожных сборов в некоторых странах, грн.;

$C_{ТАМ}$ – затраты на приобретение таможенных документов (книжка МДП, если перевозка осуществляется в экспортном и импортном направлениях, стоимость МДП удваивается; накладная международного образца (накладная ЦМР), приобретается в АСМАИ);

$C_{КОМ}$ – затраты на командировочные водителя (ей), грн [2].

Соответственно для железнодорожного транспорта затраты заказчика ($З_3^{ЖД}$, грн.) на доставку груза будут иметь следующий вид:

$$З_3 = (З_d^{ЖД} + З_{ЭКСП}^{ЖД} + З_{ДОП}^{ЖД} + З_{СТР}^{ЖД}) \times (1 + H / 100), \quad (3)$$

где: $З_{ЭКСП}^{ЖД}$ – оплата услуг фирм-экспедиторов, грн.;

$З_{ДОП}^{ЖД}$ – стоимость выполнения дополнительных операций, выполняемых перевозчиком, грн.

$З_d^{ЖД}$ – затраты перевозчика на 1 км пробега при доставке груза ж/д при международных перевозках, грн.

$$З_d^{ЖД} = (T_1 \times L_1 + T_2 \times L_2 + T_3 \times L_3) + З_{ТАМ}^{ЖД}, \quad (4)$$

где: T_1, T_2, T_3 – базовая ставка на перевозку грузов ж/д за вагон соответственно по стране отправления, транзитной стране, стране назначения, грн/вагон.

Базовая ставка округляется до 0,1 швейцарского франка [3];

L_1, L_2, L_3 – пробег соответственно по стране отправления, транзитной стране, стране назначения, грн.;

$З_{ТАМ}^{ЖД}$ – затраты на приобретение таможенных документов, грн.

Реализация способа доставки груза в значительной степени определяет качество и степень услуги, удовлетворяющей или не удовлетворяющей заказчика.

ЛИТЕРАТУРА

1. Смехов А.А. Основы транспортной логистики. – М.: Транспорт., 1995
2. Домнина А.М. Распределение в логистике / Бизнес и логистика-98 – М.: Сб.матер.конф, 1998.
3. Збірник тарифів на перевезення вантажів залізничним транспортом України тарифне керівництво №1 – К.: 1999 р.

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ЗАЛІЗНИЦІ

УДК 336.656.2

Масалигіна В.В. (ХДАЗТ)

В умовах ринкової економіки важливою задачею підприємств та галузей є розробка та використання системи економічної безпеки.

Економічна безпека підприємства – це стан найбільш ефективного використання ресурсів для ліквідації загроз та забезпечення стійкого функціонування підприємства в теперішній та майбутній час.

Діяльність кожного підприємства неможлива без виникнення ризикових ситуацій. Економічний ризик значить, що суб'єкт, який виконує ту чи іншу операцію не знає її результатів, але уявляє собі вірогідність кожного з можливих наслідків.

Ризик на залізничному транспорті – це вірогідність наступу не благодійного результату для залізничного транспорту.

Можливо, наприклад, виділити такі види ризиків:

- невиконання вантажовідправником своїх договірних обов'язків;
- укладання договорів з неплатоспроможним вантажовідправником;
- несвоєчасність сплати перевезень клієнтом;
- невиконання клієнтом умов договору за термінами та обсягами перевезень вантажів.

Для зменшення втрат залізничного транспорту, що пов'язані зі складанням договорів з неплатоспроможним вантажовідправником, необхідно отримання найбільш достовірної інформації про клієнта та її аналіз [1].

Для зменшення втрат залізничного транспорту, що пов'язані з невиконанням клієнтом умов договору по термінам та обсягам вантаження, необхідно включати до договору умови сплати та розмір неустойки за кожний день затримки вагонів та порожній пробіг.

Як наслідок неповної і несвоєчасної оплати перевезень може виникнути дебіторська заборгованість.

Посилення ролі залізничного транспорту в нейтралізації загальнодержавних загроз економічній безпеці вимагає:

- утворення максимально сприятливих умов перевезень та транспортних послуг для зростання матеріального виробництва та позитивних змін в його структурі;
- зростання рівня життя населення в збільшенні доступу до транспортних послуг та поліпшення їх якості;
- посилення ролі залізничного транспорту у стабілізації фінансової системи і формуванні бюджетів усіх рівней.

Рішення галузевих проблем економічної безпеки потребує:

- проведення активної інвестиційної політики з метою підтримки необхідного технічного рівня локомотивного і вагонного парків, а також пристроїв колійного господарства та інших об'єктів інфраструктури;
- зростання фінансової стабілізації за рахунок формування оптимального фінансово-економічного механізму у галузі, гнучкої тарифної політики, введення в дію ефективних проти витратних важелів;
- обов'язкового дотримання галузевої тарифної угоди як умови соціальної стабілізації та соціальної домовленості з оплати праці, зайнятості, забезпечення житлових умов;
- посилення ролі регіонів у вирішенні соціально-економічних проблем галузі.

Політика економічної безпеки у галузі повинна бути націлена на запобігання деформації структури залізничного транспорту та погіршенню показників його функціонування.

Практика показує, що фактори загрози економічної безпеки можна класифікувати наступним чином.

У сфері виробництва та послуг:

- посилення структурної деформації і економіки;
- зниження інвестиційної та інноваційної активності;
- надмірна відкритість економіки;
- посилення імпоротної залежності;
- тенденція до перетворення України у паливо-сировинний додаток розвинутих держав.

У соціальній сфері:

- зниження рівня і якості життя населення;
- безробіття;
- поглиблення майнової різниці у суспільстві.

У сфері фінансів:

- структурні диспропорції бюджетної системи;
- зменшення бюджетного потенціалу та його матеріальної бази;
- посилення залежності від зовнішніх факторів;
- зростання дефіциту бюджетів;
- відсутність ефективного механізму контролю за фінансовими потоками в усіх сферах діяльності.

Тобто фінансова безпека має самостійний статус і тому її потрібно окремо виділити для дослідження з метою попередження впливу факторів загрози і встановлення перспектив розвитку.

Під фінансовою безпекою залізниці розуміється стан її фінансової системи, який забезпечує достатній рівень прогресивного існування, незалежність її фінансових інтересів від зовнішніх та внутрішніх загроз [2].

Головною метою стратегічного фінансового планування на залізничному транспорті повинна стати розробка галузевих критеріїв та показників забезпечення фінансової безпеки, пошук додаткових джерел фінансового забезпечення зростання виробництва, отримання стійких позицій на ринку транспортних послуг.

Для об'єктивної оцінки фінансової безпеки залізниці важливо знати співвідношення фактичного (прогнозного) та граничного значення важливіших показників, що входять в систему оцінки.

Аналіз вітчизняного та зарубіжного досвіду показав, що до складу системи показників оцінки фінансової безпеки слід включити нижченаведені:

- частка фактичних та необхідних інвестицій для фінансування оздоровлення основного капіталу;
- рівень інноваційної активності (обсяг інвестицій у нововведеннях);
- рівень рентабельності по усім видам діяльності;
- фондовіддача виробництва;
- рівень зменшення кредиторської і дебіторської заборгованостей;
- частка забезпеченості власними джерелами фінансування оборотного капіталу;
- частка грошових коштів у обсязі виручки від вантажних перевезень та ін.

Рівень фінансової безпеки можливо оцінювати по фактичним (прогнозним) значенням вказаних показників та їх відхиленням від встановлених граничних значень.

За результатами такої оцінки стан фінансової безпеки може бути:

- нормальний, коли значення показників знаходяться в межах граничних значень;
- передкризовий, коли граничні значення перевищені хоча б для одного показника;
- кризовий, коли перевищені граничні значення більшості обраних показників;
- критичний, коли перевищені граничні значення усіх показників оцінки фінансової безпеки.

Слід визначити, що для оцінки відхилень, значення обраних показників повинні нормуватись відносно величин показників нормального функціонування залізниці [3].

Такий методичний підхід можна використовувати для формування механізму оцінки факторів, що загрожують фінансовій безпеці, виконання моніторингу оціночних показників, системно аналізувати їх зміни, приймати науково - обґрунтовані управлінські рішення з поліпшення фінансового стану залізниці.

ЛІТЕРАТУРА

1. Р.М. Царев «Проблемы создания механизма обеспечения финансовой безопасности железной дороги». «Железнодорожный транспорт», 1999, №4
2. Н.П. Петренко «Проблеми розробки механізму забезпечення економічної безпеки залізничного транспорту // «Залізничний транспорт України», 2000, №6
3. Лалидус Б. Экономические процессы и информатизация. «Железнодорожный транспорт», 1999, №9.

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ТАРИФІВ ПО ВАНТАЖНИМ ПЕРЕВЕЗЕННЯМ НА ЗАЛІЗНИЦЯХ УКРАЇНИ

УДК 656.23:656.225

Ковальова Ю.О. (ХДАЗТ)

Базою для розрахунку діючих тарифів на залізничні вантажні перевезення є середньосітьова собівартість перевезень по родах вантажів, величина якої, відзначається від собівартості перевезень окремих вантажів на конкретних напрямках та ділянках Південної залізниці у 5-6 разів. Такий висновок було зроблено у ході досліджень, які проводились протягом трьох років по показникам роботи залізниці. Ці відхилення по напрямках та ділянках залізниці зумовлено відмінностями величин еквівалентних схилів, технічної озброєності колії, цін на енергоресурси, тощо. Тому застосування середньосітьової собівартості перевезень у якості бази для розрахунку тарифів не відображає реальних витрат на перевезення вантажів, які виконуються на конкретних напрямках, також цей факт сприяє до зниження прибутку залізничного транспорту.

Розрахунок собівартості та витрат на перевезення вантажів по конкретним напрямкам у тарифних цілях є надзвичайно важкою задачею, у наслідок необхідності обліку великої кількості факторів. Також у зв'язку з переходом України на національні стандарти бухгалтерського обліку, з'явилась непристосованість існуючих форм фінансової та статистичної звітності до рішення даної задачі. Окрім цього, нестабільність змісту існуючих форм фінансової та статистичної звітності різко знижує можливість автоматизації цих розрахунків. Розрахунок собівартості слід проводити у автоматизованому режимі, тому форми звітності необхідно пристосувати для рішення цієї проблеми.

Методичною основою для визначення собівартості перевезень окремих родів вантажів на конкретних маршрутах може бути методика розрахунку подільанкових витрат, яку слід розробити для залізниць України. Ця методика потрібна для цілей регулювання вагонопотоків по мережі залізниць України. Згідно цієї методики можна виявити залежні експлуатаційні витрати по переміщенню "середнього вантажу" на один вагон по кожній потяго-ділянці мережі, потім розрахувати повну величину витрат на усьому шляху слідування. Для визначення собівартості перевезень вантажів у тарифних цілях до цієї методики вноситься ряд доповнень, які дозволяють додатково обчислювати вплив факторів, які визначають відмінності собівартості перевезень по

родах вантажів, наприклад: тип вагонів, які використовуються для перевезення вантажів, технічна норма завантаження вагону, маса поїзда брутто, тощо.

Розрахунок собівартості перевезень окремих родів вантажів у тарифних цілях, у залежності від виду відправлення, може провадитися на 1 тунну вантажу або на 1 вагон по всьому шляху слідування. У останньому випадку, розрахунки для по вагонних та маршрутних відправок виконуються відокремлено. Особливістю розрахунку собівартості для тарифних цілей є також порядок обліку порожнього пробігу вагонів. Для кільцевих маршрутів порожній пробіг може бути прийнято за 100% від навантаженого пробігу і повинен розраховуватись у зворотному напрямку до навантаженого пробігу. Для останніх видів перевезень величина порожнього пробігу приймається по середньосітковим даним для того типу вагонів, у якому виконується дане перевезення.

Для забезпечення беззбиткової роботи залізничного транспорту, підвищення прибутку, необхідно зумовлювати рівень тарифів на перевезення окремих родів вантажів величиною собівартості перевезень вантажів на конкретних напрямках. При цьому, на окремі види вантажів можна встановлювати договірні тарифи, які повинні застосовуватись тільки для залучення додаткових обсягів перевезень у межах наявної пропускної, провізної та перероблюваної спроможностей, у тому числі з інших видів транспорту та залізниць інших держав (в умовах конкуренції). Величина договірних тарифів у цьому випадку варіюється між нижньою та верхньою межею. Нижньою межею тарифу, виходячи з умов беззбитковості перевезень, повинні бути поділянкові, залежні від обсягу робіт з урахуванням сплати податків, невиключені до складу собівартості, витрати по родах вантажів. У ролі верхньої межі, у сучасних умовах, може бути прийнято існуючий тариф.

На залізничному транспорті України необхідно впроваджувати методику розрахунку поділянкових витрат по родах вантажів, що дозволяє вирішити задачу обґрунтування економічної бази диференційованих тарифів на перевезення вантажів у різних типах рухомого складу. Крім цього, вона може використовуватись для обґрунтування різноманітних систем економічних стосунків з постачальниками та клієнтами галузі при укладанні договорів, при проведенні маркетингових досліджень з метою залучення додаткових обсягів перевезень при різних умовах їх виконання (стимулювання попиту), для залучення додаткових обсягів перевезень з інших видів транспорту. Рішення цих задач буде сприяти підвищенню конкурентоспроможності та економічної стійкості галузі.

Обов'язково повинно здійснюватись державне регулювання вантажних тарифів, що пов'язано з необхідністю природних монополій. При цьому необхідно сформулювати ціль такого регулювання: додержання економічних інтересів усіх суб'єктів господарювання [1]. Для залізничного транспорту це споживачі (вантажоволодарі), володарі інфраструктури, оператори перевезень, тощо.

Державне регулювання тарифів здійснюється за наступними напрямками:

- лімітування рівня тарифу;
- моніторинг та безпосереднє визначення величини тарифу;
- визначення динаміки зміни тарифу.

Заходи державного регулювання здійснюються з урахуванням ступеню збалансування економіки, з точки зору позитивного або негативного впливу на залізничний транспорт.

Набір заходів, які супроводжують державне регулювання тарифів містить:

- зниження або звільнення від податків (ПДВ, тощо);
- пільгове кредитування залізничного транспорту за рахунок централізованого та/або місцевих бюджетів;

інвестування окремих проектів.

Зниження тарифу повинно приводити до зниження кінцевої ціни продукту, до зростання доходів або обсягів перевезень.

Для цих цілей необхідно виконувати контроль впливу транспортної складової на кінцеву ціну продукції; дослідження еластичності впливу зміни тарифів на обсяг перевезень; розмежування сфер державного регулювання и застосування вільних тарифів у конкурентному середовищі; виявлення впливу зміни структури управління на тарифи, з урахуванням тарифів за використання інфраструктури при власних поїзних формуваннях грузоволодарів, операторів рухомого складу.

Усе вищесказане свідчить про необхідність використання сучасних інформаційних технологій при плануванні, розрахунку та аналізі тарифів.

Також, в умовах реформування економіки, необхідно переглянути преїскурант вантажних тарифів [2]. У теперішній час для широкого кола вантажів, які перевозяться по зниженим тарифам (мінерально-будівельні природні матеріали та природна виробнича сировина, нафта, мазут, залізна руда), використання власного рухомого складу для операторів економічно некорисно, тому що вони отримують дохід на різниці між тарифами парку Укрзалізниці та вагоновласника. Ця проблема може бути вирішена за допомогою зміни тарифної бази з установленням у якості базового тарифу провізної плати без вагонної складової, яку буде виділено у окремі ставки.

У преїскурантні ставки за використання вагонів Укрзалізниці необхідно включити експлуатаційні витрати по підготовці вагонів під погрузку, деповський та капітальний ремонт, ремонт колісних пар зі заміною елементів, амортизаційні відрахування з урахуванням витрат на утримання вагоноремонтної бази та нарахуванням рентабельності, яка необхідна для її економічного та соціального розвитку.

Базові тарифні ставки, а також граничні ставки за використання вагонів парку Укрзалізниці встановлюються державою, а для власних вагонів операторів необхідно застосовувати вільні котирування, що створить економічні передумови для конкуренції на ринку залізничних перевезень.

Для вагонів парку Укрзалізниці базові тарифи будуть включені у нормованому розмірі і витрати по порожньому пробігу. Для власних та орендованих вагонів бажано передбачити окрему сплату порожнього пробігу, крім кільцевих маршрутів на встановлених маршрутах, де цей рухомий склад заміною парк Укрзалізниці (без загального зростання порожнього пробігу).

З урахуванням додаткових досліджень по впливу дальності перевезень на собівартість перевезень вантажів по залізницям України, передбачається встановити у нових тарифах найбільш полого залежність ставок від відстані. Це дозволить знизити вартість перевезень більшої дальності до 15-20%, що буде сприяти зміцненню міжрегіональних господарських стосунків.

ЛІТЕРАТУРА

4. Мартынов А.Г. Государственное регулирование на транспорте: исторический опыт, теория, перспективы. - М.: Из-во ГУУ, 1999.-71с.
5. В.П.Шаронов «Концепція побудовання нового преїскуранту вантажних залізничних тарифів» // «Залізничний транспорт України» 1999, №3.

РОЗДІЛ 5

ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІ МЕХАНІЗМИ РОЗВИТКУ ВИРОБНИЦТВА ТА ОБНОВЛЕННЯ ПРОМИСЛОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ

РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ФОРМЫ ИНВЕСТИЦИЙ В УКРАИНЕ

УДК 621.9.

Кудояр Е.Ю. (НТУ «ХПИ»)

На современном этапе развития международных отношений и размещения производительных сил в мире увеличивается значение уровня национального научно-технического потенциала, прогрессивность и эффективность применяемых технологий. Чтобы дать характеристику научно-технического развития Украины необходимо изучить практический опыт промышленно развитых стран.

В условиях рыночной конкуренции для того чтобы выжить при постоянном снижении нормы прибыли (обусловленном увеличением основной части капитала, вследствие технической оснащенности рабочего места), предприятия промышленно-развитых стран вынуждены проводить сознательную инновационную стратегию, увеличивая объемы производства, реализации и прибыли, повышая производительность труда, уменьшая фондоемкость, ускоряя оборачиваемость вложенного капитала, осваивая и поставляя на рынок качественно новые виды продукции, при этом постоянно совершенствуя технологию их производства. Потребность в постоянном обновлении ассортимента изготавливаемой продукции и технологии ее изготовления вынуждает вводить научные и проектные разработки в систему деятельности предприятий, ориентируя их на ускорение инновационных процессов. Так происходит соединение науки, техники и производства. Данное объединение приводит к появлению новаций и их использованию.

Управление инновационной деятельностью предприятий на государственном уровне осуществляется за счет привлекательной системы налогообложения, правовой поддержки, финансирования фундаментальных исследований. Отличительной чертой национальных предприятий является антиинновационность, которая заключается в разделении процесса производства и усовершенствования. Антиинновационность направлена против интенсивных способов создания принципиально новых видов продукции и технологии. Данная система организации производства разрешает совершенствовать каждый элемент, однако таким образом, чтобы это не привело к необходимости вносить изменения в соседние элементы или целые блоки товара. То есть усилия концентрируются не на всей системе, а на отдельных частях. Однако инновациям предшествует научно-производственная деятельность, связанная с появлением новшества.

Идея новшества может выступать как:

- 1) инвенция – идея, предложение или проект, которые после проработки станут инновацией.
- 2) инициация – рекомендации по совершенствованию научно-технической, организационной, производственной или коммерческой деятельности, целью которой является начало или развитие инновационного процесса.
- 3) диффузия – предложения по использованию уже однажды обоснованной и внедренной идеи инновации.

Мировой опыт свидетельствует, что внедрение достижений научно-технического прогресса на конкретном производстве реализуется только на одну треть результативного эффекта новшества, остальное используется другими предприятиями.

Также есть множество инновационных идей, которые были отвергнуты у нас как неперспективные, а затем с успехом использовались в других странах.

Инвестиционный и инновационный процессы, как правило, совмещены. Многие субъекты инвестиционной деятельности по разным причинам (высокая степень риска новшества, конкуренция, недостаток средств для инноваций) вынуждены отказываться от инноваций. Центр в конкурентной борьбе перемещается из сферы цен в научно-техническую сферу.

Использование современной техники и технологии позволит предприятиям снизить себестоимость и повысить качество товара. Если выпуск новых видов продукции возможен без дорогой замены технических средств, достаточно их модернизация, то есть темпы развития научно технического прогресса могут оставаться высокими и при условии постоянных размеров накопления капитала. Однако замена оборудования на действующих предприятиях требует больших инвестиций, то есть недостаточно собственных финансовых ресурсов предприятия. Поэтому, повышая инвестиционный и технологический уровень с помощью замены морально и физически устаревшего оборудования, технического перевооружения, предприятиям необходимо повышать производительность труда, использовать открытия (новшества). Эти механизмы связаны со значительно меньшими затратами, чем полная замена фондов предприятия. Несмотря на это для проведения политики технического развития национального производства необходимо создать государственные условия, которые стимулировали бы развитие отечественной технологии.

Таблица 1.

Сравнительный анализ технологического развития ведущих стран относительно США
(США – 100 %)

Страна	Уровень технологического развития			Способность к технологическому развитию	
	II половина 60-х годов	I половина 70-х годов	I половина 80-х годов	II половина 60-х годов	II половина 70-х годов
Япония	22,2	41,0	56,0	14,6	30,0
Франция	23,9	31,7	20,0	17,1	23,4
Великобритания	25,0	25,3	23,0	17,4	18,6

Технологические уровни развития стран стали стратегически необходимыми в условиях конкуренции между промышленно развитыми странами мира. Несмотря на сохранение США передового положения в отраслях промышленности, странам Западной Европы и Японии удалось значительно сократить технологический разрыв между ними (табл. 1). Быстро приближаясь к уровню развития США, эти государства уменьшают научно-технические преимущества, а, следовательно, и экономическую и политическую гармонию этого государства. Так уровень технологического развития Японии увеличился с 22,2 % в 60-е годы до 56,5 % в 80-е годы, а способность этого государства к технологическому развитию выросла с 14,6 % в 60-е годы до 30 % в начале 80-х годов. Таким образом, целенаправленная инновационная политика японского правительства, которую оно проводило после второй мировой войны, и которая основывалась на разработке и усовершенствовании импортированных технологий, продемонстрировала эффективную модель интенсивного научно-технического развития. Своевременно принятая инновационная стратегия привела это государство к успеху.

Техническое развитие, прежде всего, происходит благодаря творческим личностям, которые создают новые продукты и технологии, используя для этого накопленные знания. По оценке некоторых американских фирм, промышленному предприятию

необходимо в середньому 58 ідей, для того, щоб забезпечити собі успіх на ринку, виробляючи один товар. Ідею нового технічного рішення указують – потреби ринку (45 %), умови виробництва (30 %) і аналіз технічних можливостей (21 %). Багато національних підприємств впроваджують інновації тільки заради того, щоб зберегти прибуток. Однак, вони орієнтуються на досягнення короточасних цілей. Загальною рисою інноваційної діяльності підприємств промислово розвинутих країн, слід зазначити основні напрями розвитку інноваційної форми інвестицій в Україні:

Поступове впровадження інноваційних стратегій розвитку підприємств, що дозволить ліквідувати інертність при впровадженні новшеств і створити інноваційну систему діяльності промислового підприємства в трьох формах (інвенція, ініціація, дифузія); Об'єднання багатьох учасників в розробку науково-дослідницьких програм (система освіти, наука, техніка і виробництво); Кооперування різних учасників інноваційних процесів, для реалізації науково-технічних продуктів; Створення внутрішніх венчурних відділів великих підприємств – для обслуговування перших двох стадій інноваційного процесу (пошук ідей і техніко-економічне обґрунтування проекту). Такі відділи можуть формуватися як тимчасові творчі колективи і розформовуватися після рішення поставленої перед ними задачі або на довгий час; Стимулювання свідомої творчої діяльності – для перемоги в конкурентній боротьбі. Це дозволить промислому підприємству продати етап зрілості життєвого циклу товару за рахунок постійного впровадження новшеств, ідей по вдосконаленню.

Національним промисловим підприємствам при проведенні інвестиційної політики слід дотримуватися загальної правила бізнесу: для подальшого розвитку в своїй стратегічній політиці необхідно виходити з того, що життєвий цикл товару має свої межі. І першочисленним стає забезпечення неперервного потоку нових товарів і технологій, своєчасна заміна новими товарами, які виробляються, тобто неперервність інноваційного процесу. В умовах обмеженого доступу до інвестицій підприємствам слід розвивати внутрішній інноваційний потенціал виробництва.

ПРОБЛЕМИ РИЗИКОВАНІСТІ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ ХАРКІВСЬКОГО РЕГІОНУ

УДК.338.94

Мельник С.В. (ХГАГХ)

Розвиток та функціонування міста не можливі без оновлення та реконструкції житлових, оздоровчих та культурних споруд, без будівництва нових об'єктів та споруд, а також реставрації пам'яток архітектури. Важливою умовою для життєдіяльності міста є формування його інфраструктури, що потребує реконструкції та благоустрою багатьох міських територій. Але незважаючи на це існуючі інвестиційні програми та проекти міста Харкова залишилися по-за увагою інвесторів.

Для дослідження проблем реалізації інвестиційних пропозицій у Харківському регіоні були проаналізовані дані по існуючим інвестиційним проектам за 1997-1998 роки. Загальна кількість проектів на той час складала близько 240 проектів, із яких 36 передбачали будівництво або реконструкцію об'єктів різного призначення, та благоустрою територій. Але на жаль, ні одна інвестиційна пропозиція на будівництво, реконструкцію або благоустрій території не була досить реалізована. Треба зазначити, що деякі проекти пройшли успішно такі стадії інвестиційного проектування як: стадія

ескізного проекту, стадія робочого проекту, відповідно до ДБН А.2.2-3-97 «Склад, порядкок, розроблення, погодження та затвердження проектної документації для будівництва». Але інші так і залишилися на рівні інвестиційних пропозицій.

На наш погляд однією з причин такого явища є низький рівень підготовки інвестиційних проектів. Як відомо на практиці навіть при поверхньому вивченні інвестиційної пропозиції інвестора цікавить в першу чергу: ризикованість проекту, тобто ймовірність того, що вкладені кошти, навіть на 5-7 років, дадуть прибуток.

Статистика свідчить, що термін реалізації проектів в галузі будівництва в середньому складає близько п'яти років, що стосується і вищезгаданих проектів. Це є однією з причин не бажання інвесторів укладати кошти в проекти. У зв'язку з кризовим станом економіки України привабливими є швидкоореалізуємі проекти, тобто з терміном окупності до одного року.

Слід зазначити що з січня 2000 року у м. Харкові працює Рада з питань спеціального режиму інвестиційної діяльності (затверджена постановою КМУ від 11.11.99). До переліку пріоритетних видів економічної діяльності на території міста Харкова, для яких встановлено спеціальний режим інвестування, відноситься також будівництво будівель, доріг, роботи з обладнання будівель та інше. Такий крок мав би сприяти залученню інвестицій до галузі будівництва, але реальні інвестиційні проекти за таким призначенням до Ради не надходять.

Викладений вище матеріал – це лише фрагментарна ілюстрація ситуації, що склалася інвестиційній сфері Харківського регіону. Проблеми, що супроводжують інвестора від задуму будови до введення об'єкта в експлуатацію, значно ширші. В межах поставлених проблем нами пропонуються наступні заходи, направлені на виправлення стану справ.

Особливу увагу при аналізі ефективності інвестиційного проекту необхідно приділяти оцінці ризикованості проекту. Аналіз ряду інвестиційних проектів дозволив установити, що вітчизняні позичальники поверхово розглядають даний розділ, обмежуючись лише загальними рекомендаціями до проекту. Тоді як, приміром, іноземні інвестори вимагають його детального розгляду.

У вітчизняних інвестиційних проектах на будівництво здебільше розглядаються наступні ризики: ризик можливих стихійних лих; виробничо-технологічний ризик; соціально-політичні ризики.

Приведений перелік ризиків показує, наскільки поверхово досліджуються можливі ризики проектів. У багатьох інвестиційних проектах «аналіз» ризику закінчується на перерахуванні можливих для проекту видів ризику. При цьому не встановлюються межі рівня ризику, а також не вказуються міри для його зниження і т.п. Все це зумовлює необхідність і важливість обліку й аналізу проектних ризиків.

Для обліку чинників ризику при аналізі ефективності проекту необхідно використовувати всю наявну інформацію про умови реалізації інвестиційного проекту. Існують різні методи визначення ефективності інвестиційного проекту з обліком факторів ризику [1,2].

На наш погляд оцінку ризикованості проектів доцільно проводити в три етапи. На першому етапі дається якісна оцінка всіляких ризиків проекту і по її результатах будується модель ризикованості інвестиційного проекту. Для цього автором пропонується наступний перелік можливих ризиків проекту.

- Соціально-політичні ризики, зв'язані з несприятливими соціально-політичними змінами в країні і регіоні.
- Екологічні ризики, зв'язані з відсутністю дозволів наглядових органів або низьких вимог до екологічності проекту і т.п.

- Юридичні ризики, зв'язані з можливістю введення обмежень на постачання, торгівлю і т.п., із змінами умов інвестування; із нестабільністю економічного законодавства.
- Ринкові ризики, зв'язані з коливанням ринкової кон'юнктури, цін, валютних курсів і т.п.
- Маркетингові ризики, зв'язані з відсутністю або неповним проведенням маркетингових досліджень
- Будівельні ризики, зв'язані затримкою термінів будівництва або перевищенням витрат на будівництво.
- Ризик некомпетентності учасників проекту, пов'язаний із перекрученою інформацією про ділову репутацію партнерів, а також із непевністю цілей, інтересів, поведінкою учасників.
- Виробничо-технологічні ризики, пов'язані з аваріями, відмовами устаткування, виробничим браком, неповної (неточної) інформацією про параметри нової техніки і технології і т.п.
- Фінансові ризики, пов'язані з неточною (неповною) інформацією про фінансовий стан учасників проекту, таких як: можливість зриву договірних зобов'язань, неплатежів і т.п.
- Специфічні ризики, пов'язані безпосередньо з конкретним інвестиційним проектом, його галузеву приналежністю і т.п.
- Форс-мажорные ризики, пов'язані з непередбаченністю природно-кліматичних умов, можливістю стихійних лих.

На другому етапі аналізу ризикованості проекту проводиться кількісна оцінка ризиків проекту на основі отриманої моделі.

Передбачити та оцінити ризик проекту недостатньо для комплексної оцінки ризикованості проекту. Тому на третьому етапі доцільно запропонувати заходи щодо зменшення ризику прєкта.

Нами пропонуються такі заходи:

розподіл ризику між усіма учасниками інвестиційного процесу. В цьому випадку до інвестиційного проекту можуть залучатись інші учасники з ціллю розподілу ризику.

страхування ризику з урахуванням джерел виникнення. Специфічний ризик притаманний певному об'єкту інвестування чи діяльності конкретного інвестора на сьогодні страхується українськими страховими компаніями.[1] А механізму страхування ринкового ризику визнаного зміною стадій економічного циклу розвитку країни чи кон'юнктурних циклів розвитку інвестиційного ринку, а також змінами у податковому законодавстві та іншими аналогічними чинниками практично не існує. До того ж доля такого ризику в інвестиційних проектах в умовах ринкової трансформації економіки дуже велика, що гальмує процес інвестування.

самострахування. В цьому випадку страховий фонд утворює сам інвестор з інвестиційних коштів. Особливе значення має вирішення долі інвестиційного капіталу, спрямованої на самострахування.

На сьогодні інвестори мають потребу в адекватних сучасним умовам методах або програмних продуктах для аналізу ризику інвестиційного проекту на будівництво або реконструкцію об'єктів. При успішному вирішенні даної задачі інвестування в будівництво, що практично відсутнє на сьогоднішній день через високий рівень супутніх ризиків, може стати, на думку фахівців, однією з важливіших умов для виведення економіки України з кризи.

ЛИТЕРАТУРА

- 1.Гойко А.Ф. Методи оцінки ефективності інвестицій та пріоритетні напрями їх реалізацій. – К.: ВІРА-Р, 1999. –320с.
- 2.Грачева М.В. Анализ проектных рисков. – М.: Финстатинформ, 1999,-216с.

ПРЕДПОСЫЛКИ РАЗВИТИЯ ЭКСПОРТА ХАРЬКОВСКОГО РЕГИОНА

УДК 339.9(075.8)

Юрьева С.Ю. (ХГАГХ)

По данным Харьковского областного управления статистики объем внешнеторгового оборота (товаров, работ, услуг) Харьковской области за 1999 год составил 1124,9 млн. долл. США, что на 15,4 % меньше, чем в 1998 г. При этом экспортные поставки составили 338,3 млн. долл. США, что меньше против 1998 года на 13%, импортные поступления уменьшились на 16,3%, и составили 786,6 млн. долл. США, т.е. темпы сокращения объемов импорта более высокие, чем темпы сокращения экспорта.

Коэффициент покрытия импорта экспортом по товарам, услугам, работам в 1999 году составил 0,43 против 0,41 в 1998 году.

Основными экспортируемыми товарами в 1999 году были машины и оборудование (24,2% от общей стоимости экспорта) и зерновые культуры (16,1%). Основу импорта составляли товарные группы: топливо минеральное (34,6%), машины и оборудование (11,8%).

Главной составляющей экспорта услуг по Харьковской области в 1999 году были услуги в сфере образования, которые составили 21,2% всего экспорта услуг области (5,2 млн. долл.); услуги, связанные с исследованиями и разработками в области естественных и технических наук – 21,0% (5,1 млн. долл.); услуги в сфере архитектуры и строительства – 18,7%.

В импорте услуг за 1999 год наибольший удельный вес занимали услуги финансового посредничества – 41,1% (2,8 млн. долл.) от общего объема импорта услуг Харьковской области [1].

Развитие экспортных поставок товаров и услуг из Харьковского региона в 1999 году, как и в 1998 году происходило под влиянием ряда неблагоприятных факторов, которые отрицательно повлияли на развитие внешней торговли и экономики региона в целом. К таким факторам следует отнести: общее сокращение объемов торговли с Россией – основным торговым партнером Харькова; неблагоприятную конъюнктуру ведущих рынков сбыта для украинских товаров. На эффективность торговли отрицательно влияет медленное осуществление структурных преобразований производства, сохранение высокой себестоимости большинства видов экспортной продукции и др.

Следует отметить, что на протяжении последних лет наблюдалась прогрессирующая ситуация резкого снижения эффективности производства практически во всех отраслях, в том числе и в экспортно-ориентированных производствах. Многие экспортируемые товары были не рентабельными, а убыточными (электродвигатели, подшипники качения, велосипеды и др.)

Сегодня все еще для большого количества производителей экспорт собственной продукции является единственно возможным путем ее реализации, получения выручки и обеспечения хотя бы простого воспроизводства. Поэтому основными задачами экспортной политики Украины (и Харьковского региона в частности) являются: стимулирование экспорта (в условиях суженного внутреннего рынка сбыта), расширение внешних рынков сбыта, максимальная активизация товарно-денежного оборота (в том числе, путем уменьшения доли бартерных операций), получение валюты для пополнения оборотных средств, необходимых для простого и расширенного воспроизводства, улучшения параметров платежного баланса и денежно-кредитной сферы в целом (в том числе, путем снижения дефицита торгового баланса).

Предпосылками роста экспортного потенциала Харьковского региона, на наш взгляд, являются: прекращение спада производства (со второй половины 1998 г.) и тенденция его роста; стабилизация финансового состояния предприятий; освоение и наращивание объемов выпуска наукоемкой и конкурентной продукции машиностроительного комплекса; внедрение комплекса мероприятий по снижению себестоимости продукции и повышению эффективности работы предприятий; совершенствование отраслевой структуры экономики региона, в частности всесторонняя поддержка, модернизация и реконструкция экспорториентированных производств; наращивание объемов сельскохозяйственного производства и эффективное использование мощностей пищевой промышленности позволит увеличить производство традиционных товаров экспорта (подсолнечного масла, спирта и алкогольных напитков, молочной продукции и др.), восстановить экспортный потенциал отрасли; освоение перспективных для украинских товаропроизводителей рынков Афро-азиатского региона; создание правовой основы механизма имплементации УПС, адаптации законодательства Украины к законодательству ЕС с целью обеспечения развития взаимовыгодной двусторонней торговли; введение с 1 января 2000 г. на территории Харькова специального режима инвестиционной деятельности (СРИД).

Остановимся подробнее на инвестиционной деятельности Харьковского региона.

Согласно Закона Украины "Про специальный режим инвестиционной деятельности на территории міста Харкова" N 1714-III от 11 мая 2000 г. с целью привлечения инвестиций для развития приоритетных видов экономической деятельности на территории города Харькова с 2000 г. сроком на 30 лет вводится Специальный режим инвестиционной деятельности [3].

В ст.3 Закона указано, что СРИД применяется по отношению к субъектам предпринимательской деятельности, которые зарегистрированы на территории г. Харькова и согласно с заключенным с Советом по вопросам специального режима инвестиционной деятельности договором (контрактом) реализуют инвестиционные проекты на территории г. Харькова по приоритетным видам экономической деятельности, перечень которых установлен Кабинетом Министров Украины, стоимостью, эквивалентной не менее:

- 3 млн. долл. США – в металлургии и обработке металла, производстве машин и оборудования, электрического, электронного и транспортного оборудования;
- 1 млн. долл. США – в производстве электроэнергии, газа и воды, кокса, других неметаллических минеральных изделий, транспорте, связи, обработке металлических отходов и лома;
- 700,0 тыс. долл. США – в строительстве, ассенизации, уборке улиц и обработке отходов, химическом производстве, производстве мебели, целлюлозно-бумажной и полиграфической промышленности;
- 500,0 тыс. долл. США – в пищевой промышленности по переработке сельхозпродуктов, текстильной промышленности и пошиву одежды, производству кожи и кожаной обуви, в сфере просвещения, здравоохранения, социальной помощи, а также в сфере исследований и разработок в области естественных и технических наук.

Ст.7 Закона предусматривает перечень преимуществ, таможенных и налоговых льгот для конкретных инвестиционных проектов. Такой путь позволяет сберечь доходы бюджета, одновременно привлекая в регион новые капиталы и создавая рабочие места. Вложение инвестиций в приоритетные виды деятельности позволит укрепить экономику Харьковского региона, добиться выпуска рентабельных товаров и услуг, способных конкурировать на мировых рынках.

Как сообщает газета "Ведомости"[2] за 9 месяцев существования СРИД на территории Харькова одобрены к реализации 16 проектов на общую сумму 55,5 млн.

долл. США, а за предшествующие 9 лет город сумел привлечь всего 80,0 млн.долл. инвестиций. За 9 месяцев 2000 г. освоено около 2,0 млн. долл. инвестиций и создано около 300 рабочих мест.

Наиболее крупный из утвержденных проектов заявлен совместным украинско-латвийским предприятием ООО "Альфаконммуникации". Он предполагает создание широкополосной интерактивной сети коммуникаций (включая кабельное телевидение, услуги Интернет и пр.) и оценивается в 10,0 млн. долл. Проект рассчитан на 10 лет и позволит создать не менее 50 рабочих мест. Следует отметить, что все инвестиционные проекты реализуются исключительно на условиях сохранения существующей базы налогообложения предприятий-заявителей. Ряд крупных предприятий города (ХТЗ, "Турбоатом", завод им.Малышева, ХЭМЗ, ФЭД, Монолит) готовит подать на рассмотрение Совета СРИД свои инвестиционные проекты.

Согласно прогнозным показателям, рассчитанным экономистами города, благоприятствующая инвестиционная политика позволит: привлечь в экономику Харькова в ближайшие 10 лет не менее 1,6 млрд. долл. США; объем промышленного производства увеличить в 3 раза, а прибыль в 3,6 раза; создать более 50 тыс. новых и "реанимировать" около 100 тыс. существовавших ранее рабочих мест; общая сумма поступлений в бюджеты всех уровней с учетом налоговых льгот составит 2,8 млрд. грн., а общая сумма льгот – около 0,25 млрд. грн.

ЛИТЕРАТУРА

1. Держкомстат України. Харківське обласне управління статистики. Харківська область в 1999 році. (Статистичний щорічник), Харків, 2000.
2. Газета "Официальные ведомости" от 25 сентября-8 октября 2000 г. N39 (106)-40 (107).
3. Закон України "Про спеціальний режим інвестиційної діяльності на території міста Харкова", м.Київ, 2000 р., N 1714-111.

РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

УДК 658.8.001.76:338.33

Воронко Н.А., Косенко А.П. (НТУ «ХПИ»)

Развитие отечественной экономики, повышение конкурентоспособности украинских предприятий и производимой ими продукции с целью преодоления экономического отставания от развитых стран Запада и интеграции на равных в мировое сообщество невозможно без осуществления инвестиций, в первую очередь, в производственную сферу, в ее инновационное развитие. Все это предполагает создание стройной и хорошо обоснованной системы финансирования. Только в этом случае могут быть созданы необходимые условия для накопления и маневра финансовыми средствами и возможность их концентрации на ключевых направлениях инновационной политики.

Ресурсное обеспечение инновационных проектов включает в себя денежные отношения хозяйствующими субъектами и банками по оплате научно-технической продукции, контрагентских работ, поставок оборудования, материалов и комплектующих изделий, расчетов с учредителями, трудовыми коллективами и государственными органами управления.

Предлагаемая система ресурсного обеспечения инновационных проектов включает в себя следующие источники инвестирования:

- мобилизация собственных средств хозяйствующего субъекта, реализующего инновационный проект;
- мобилизация хозяйствующим субъектом заемных средств;
- мобилизация для реализации инновационного проекта привлеченных средств.

Эффективное функционирование и использование источников финансирования инновационных проектов призвана обеспечить система государственного регулирования (налоговое регулирование, защита инвестиций, поощрение инвестиционной активности, регулирование участия инвесторов в приватизации и т.п.) от которого во многом зависит инвестиционный климат в стране. Механизмы инвестирования, как и система государственного регулирования, существуют независимо от конкретного предприятия, которое повлиять на них не может. Однако какие алгоритмы использовать при выборе и обеспечении источников финансирования и в каком сочетании их применять для ресурсного обеспечения конкретных инновационных проектов, например, при многоканальном (смешанном) инвестировании - это задача, которую, как мы полагаем, можно и нужно решать каждым конкретным хозяйствующим субъектом. Проведем сравнительный анализ приведенных выше основных источников ресурсного обеспечения инновационных проектов.

1. Мобилизация собственных средств инновационного предприятия. Наличие собственных средств в значительной степени определяет инновационную активность хозяйствующих субъектов, поскольку отсутствие собственных средств снижает привлекательность инновационного проекта для других инвесторов. Проведенный нами анализ работы промышленных предприятий г.Харькова и г.Сумы показывает, что существует два основных источника собственных инвестиционных ресурсов: прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия (нераспределенная прибыль) и амортизационные отчисления. Многие отечественные предпринимательские структуры, вопреки широко распространенному мнению, обладают довольно значительными возможностями самофинансирования инновационных проектов за счет прибыли от производственно-коммерческой деятельности. Об этом свидетельствует, в частности, тот факт, что по некоторым оценкам [2] за период с 1991 по 1995 гг. Отечественными предпринимательскими структурами нелегально экспортировано 15-20 млрд. долл. США. Однако эти возможности существуют только в потенции, так как несовершенство финансово-кредитной системы, нестабильная налоговая система, ориентированная в основном на фискальные функции, общая нестабильность экономики государства и т.п. препятствуют их реализации, вынуждая многих уходить в теневую экономику. Вместе с тем, зарубежный опыт свидетельствует, что доля собственных источников финансирования в общем объеме инвестиций составляет: в Японии - 68,9%, США - 63,5%, ФРГ - 55,3%, Франции - 52,1%. Для активизации этого источника в Украине требуется разработка соответствующей законодательной базы и в первую очередь улучшение налогового законодательства. В итоге, на наш взгляд, может повыситься конкурентоспособность страны в целом.

Не менее важным источником собственных инвестиционных ресурсов являются амортизационные отчисления предприятий. В экономически развитых странах они являются важным источником финансирования инновационных проектов и составляют около 40% общего объема текущих и капитальных затрат предприятий, осуществляемых из внебюджетных источников. В нашей стране этот показатель составляет всего 10-15% [2].

2. Мобилизация заемных средств для выполнения инновационных проектов. Долгосрочные займы и кредиты в мировой практике являются основными среди заемных источников финансирования инноваций. Однако в условиях Украины этот источник играет незначительную роль. Например, объемы кредитования коммерческими банками Украины (остатки задолженности на конец соответствующего года) в 1995 году составляли всего 3029 млн. гривен. В дальнейшем эта сумма увеличилась, но незначительно. В 1996 г. она составила 4103, в 1997 г. - 5195, в 1998 г. - 5102 млн. гривен [1]. Причем, львиная доля этих средств приходится на краткосрочные

кредиты (87-90%). Для улучшения дел в этой области, на наш взгляд, необходимо использовать экономические механизмы активизации инвестиционной деятельности, используемые в иностранной практике: дотация государства кредиторам в случае кредитования приоритетных отраслей; создание банков долгосрочного кредитования, которые в отличие от обычных коммерческих банков предусматривают предоставление кредитов по фиксированной ставке процента и на длительный срок. Возможно также использование чисто административных методов, таких как установление обязательной части долгосрочных кредитов для коммерческих банков.

Кроме проанализированного традиционного источника заемных средств следует также отметить достаточно перспективные, но практически мало используемые в Украины формы этого источника финансирования инновационных проектов:

- использование венчурного финансирования проектов;
- эмиссия облигаций инновационного предприятия и их реализация;
- использование инвестиционного лизинга;
- применение в практике работы положений инвестиционного селенга.

3. *Мобилизация привлеченных средств.* В рамках данного направления, на наш взгляд, целесообразно выделить трап основных направлений:

а) привлечение средств от эмиссии ценных бумаг. Данный путь достаточно активно используется акционерными предприятиями. Отметим, что многие акционерные предприятия, стараясь привлечь крупных инвесторов, практически не уделяют внимание мелким. Однако именно здесь имеют место существенные резервы инвестирования. По данным экспертных оценок [1] на руках населения Украины имеется около 10 млрд. долл. США. В то же время, как свидетельствует зарубежная практика, значительная часть населения развитых стран владеет акциями предприятий. Например, в США акциями владеет 60% семей.

б) привлечение средств от размещения ценных бумаг на вторичном рынке. Данные источник позволяет накапливать акционерный капитал за счет роста курса акций предприятия, размещенных на вторичном рынке. Этот механизм в Украине находится в стадии становления. Его развитие сдерживается неразвитостью фондового рынка, отсутствием участия иностранных инвесторов на вторичном рынке ценных бумаг.

в) расширение уставного капитала за счет дополнительных взносов. Данный источник привлечения инвестиций является основным для неакционированных предприятий. С помощью данного направления привлекается основная масса иностранных инвестиций (механизм совместного предпринимательства). Например, в 1996 году в Украину с помощью данного направления было привлечено 66,8% от всех иностранных инвестиций [1].

Кроме рассмотренных используются также следующие источники финансирования инновационных проектов: средства от приватизации госимущества; целевые государственные кредиты; налоговые инвестиционные кредиты; кредиты Всемирного банка; гранты и т.п.

Рассмотренные источники ресурсного обеспечения инновационных проектов могут быть использованы конкретными предприятиями для реализации существующих рыночных возможностей инновационного развития.

ЛИТЕРАТУРА.

- 1.Ильяшенко С.Н. Инновационное развитие рыночных возможностей: проблемы управления.- Сумы: ВВП «Мрія-1» ЛТД, 199.- 222 с.
- 2.Кульчицкий М.І. Інвестиційне забезпечення розвитку виробничої сфери//Фінанси України.- 1998.- №5.- С.11-15.

**МЕТОДИКА ВЫЯВЛЕНИЯ ФАКТОРОВ И РЕЗЕРВОВ ПОВЫШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНОСТИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ
ПРЕДПРИЯТИЙ**

УДК 330.332

Перерва П.Г., Матросова В.А. (НТУ «ХПИ»)

Повышение эффективности инновационной деятельности предполагает получение больших результатов при меньших или равных затратах. Первым шагом анализа эффективности является определение критериев, по которым будет осуществляться оценка. В свою очередь выбор правильных критериев оценки эффективности невозможен без определения главной цели. Очевидно, что для изменения эффективности инновационной деятельности необходимо рассмотреть цели ее проведения. При этом, на наш взгляд, надо исходить из того, что инновация является результатом инновационного процесса, представляющего собой совокупность трудовых процессов по ее реализации.

Структурные подразделения предприятия, реализующие инновационные процессы, образуют организационную подсистему системы, которой является промышленное предприятие в целом. С одной стороны, данная подсистема должна обладать определенной результативностью, т.е. обеспечивать разработку и внедрение нужных инноваций, направленных на достижение целей, стоящих перед предприятием. С другой стороны, вследствие различных ограничений, данная подсистема должна быть достаточно экономичной, т.е. результаты должны достигаться с привлечением определенного объема ресурсов.

В соответствии с указанными требованиями, необходимо различать:

цели, как параметры предполагаемых нововведений;

цели, обеспечивающие наилучшее использование ресурсов в ходе проведения инновационной деятельности.

В этой связи целесообразно различать два вида эффективности инновационной деятельности:

во-первых, экономическую эффективность инновационной деятельности, измеряющую реальный эффект получаемый предприятием в результате проведения инновационной деятельности;

во-вторых, эффективность инновационной деятельности, измеряющую уровень экономичности организации проведения инновационной деятельности, как совокупности работ по реализации различных инноваций.

Оценка конечных результатов инновационной деятельности происходит во внешней среде промышленного предприятия (посредством признания или не признания нововведения, как результата, общественно необходимым) и не зависит от него. Как бы не было эффективно конкретное исследование, нельзя утверждать, что его невозможно было выполнить с меньшими затратами и с большим эффектом. Это положение справедливо как для результатов

исследований и нововведений с позиций удовлетворения общественной потребности, так и для результатам с позиций экономического эффекта, получаемого предприятием после внедрения нововведения. Поэтому, можно сделать вывод о том, что резервы повышения эффективности инновационной деятельности находятся в сфере организации ее проведения.

Выявление резервов повышения эффективности инновационной деятельности невозможно без наличия определенного способа измерения уровня экономичности проведения инновационной деятельности. В настоящее время в экономической литературе отсутствует однозначный подход как к измерению эффективности

инновационной деятельности, так и к экономичности ее организации в рамках промышленного предприятия.

На наш взгляд, при измерении уровня экономичности организации инновационной деятельности необходимо исходить из того, что инновационный процесс представляет собой совокупность стадий (из которых наиболее важные для предприятия: проведение НИОКР; оценка экономической эффективности инновационных проектов; внедрение изобретений (замыслов, идей)). Целесообразно осуществить анализ как на каждой стадии в отдельности, так и их взаимосвязи как единого целого. Поэтому необходимо определить показатели, характеризующие в отдельности стадии проведения НИОКР, оценку экономической эффективности инновационных проектов, стадию внедрения изобретений (технических решений, идей), и, конечно, всю инновационную деятельность в целом. При этом анализ инновационной деятельности должен быть комплексным, то есть показатели должны:

отражать количественные изменения в инновационной сфере промышленного предприятия;

отражать качественные изменения в инновационной сфере промышленного предприятия.

Только рассмотрение количественных характеристик в совокупности с качественным, позволит в полной мере проанализировать инновационную деятельность промышленного предприятия.

Величина резервов повышения эффективности инновационной деятельности на стадии проведения НИОКР будет составлять отклонение показателей результативности и эффективности использования ресурсов от их максимального значения. Кроме того необходимо учитывать такой фактор проведения инновационной деятельности, как время. Для этого предполагается использовать показатель средней продолжительности разработки нововведения.

Величина резервов связанных с фактором времени, определяется путем сопоставления фактического и оптимального уровня его затрат. Оптимальные нормы затрат времени должны основываться на анализе общественно необходимых затрат.

Основополагающими факторами, которые должны учитываться при оценке инновационных проектов, являются:

финансовые преимущества, ожидаемые от реализации проекта;

воздействие данного проекта на другие в рамках всего портфеля НИОКР;

влияние проекта в случае его успеха на экономику организации в целом.

На наш взгляд, приоритетными должны быть факторы, отвечающие критериям успешного нововведения, во-первых, определение технико-экономических характеристик, обеспечивающих привлечение потребителей, во-вторых, определение экономических параметров, позволяющих спрогнозировать преимущества внедрения изобретения, как замысла будущего нововведения, для предприятия.

При выявлении резервов повышения эффективности инновационной деятельности на данной стадии инновационного процесса, необходимо исходить из того, что главная цель оценки экономической эффективности – это ее максимальная точность.

Величина резервов повышения эффективности инновационной деятельности при оценке экономической эффективности инновационной деятельности при оценке инвестиционных проектов будет составлять отклонение значений показателя точности оценки от его максимальной величины.

Для характеристики инновационной деятельности на стадии внедрения изобретений возможно использование следующих показателей, рассматриваемых за определенный период времени:

число внедренных изобретений (замыслов, идей);

затраты на внедрение изобретений (замыслов, идей).

Вместе с тем, данные показатели не отражают эффективности проведения инновационной деятельности на стадии внедрения изобретений. Поэтому, на наш взгляд, для измерения уровня результативности стадии внедрения необходимо сопоставить число внедренных изобретений (технических решений, идей) и общее число разработанных изобретений (технических решений, идей), отвечающих требованиям экономической эффективности предприятия, за тот же период времени.

В рамках каждого конкретного предприятия, исходя из показателей результативности, эффективности использования ресурсов и учета фактора времени на каждой стадии инновационного процесса, целесообразно рассчитывать эти показатели в целом, как интегральный показатель.

Чрезвычайно важное значение для выявления величины резервов повышения эффективности инновационной деятельности имеет сравнение данных полученных на предприятии (в результате расчета рассмотренных показателей) и аналогичных данных во внешней среде промышленного предприятия. Именно сравнение полученных результатов по предприятию с аналогичными показателями позволяет судить, с позиций общественно необходимого уровня эффективности, об уровне эффективности инновационной деятельности промышленного предприятия.

ОЦЕНКА НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОГО УРОВНЯ РАЗРАБОТОК В НАУЧНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

УДК 618.322

Кашина С. Г. (НАКУ «ХАИ»)

При анализе реализуемости сложной научно-технической программы необходимо оценить возможность выполнения ее отдельных составляющих. Составляющими программы являются планы по созданию комплексов или образцов новой техники, в том числе в отрасли радиоприборостроения. При формировании научно-технической программы назначаются головные исполнители по каждой составляющей программы. Возможность выполнения предприятием возложенных на него заданий значительно влияет на общую оценку реализуемости программы. Одной из составляющих оценки качества предприятия-исполнителя является анализ его научно-производственного потенциала.

Обычно в качестве основного показателя научно-технических результатов НИОКР рассматривается экономическая эффективность разработки, определяемая отношением планируемого или фактического экономического эффекта, получаемого от ее реализации в отраслях народного хозяйства, к затратам на проведение разработки и освоение ее результатов в производстве. Неопределенность связи затрат и результатов, трудность прогнозирования издержек научной организации на получение ожидаемого результата, зависимость получаемого экономического эффекта от объемов производства техники и сферы ее применения приводят к значительной вариабельности данного показателя, что не позволяет применять его в качестве обобщающего показателя качества НИОКР.

В докладе рассматривается оценка научно-технического уровня разработки по совокупности показателей, влияющих на эффективность реализации результатов НИОКР, в числе которых можно выделить две группы показателей – результативности и качества. Первая группа характеризует прогрессивность технико-экономических параметров объекта разработки (Табл.1), сферу распространения результатов НИОКР (Табл.3), научно-техническую новизну (Табл.2) и сложность (Табл.4) предложенных

решений. Вторая – пригодность полученных промежуточных результатов НИОКР для выполнения последующих этапов работ и конечных результатов внедрения НИОКР.

Таблица 1

Шкала числовых значений оценок показателя прогрессивности

Уровень новых прогрессивных разработок	2,5
Уровень наивысших промышленных достижений	2,0
Уровень современных требований	1,5
Народнохозяйственный уровень	1,0

Таблица 2

Шкала повышения оценки НТУ для показателя новизны

Новое перспективное направление развития техники (создание нового поколения техники на основе новой концепции или новых принципов)	0,25
Новая прогрессивная техника (полное или существенное обновление техники на основе новых технических решений,)	0,15
Модернизация (усовершенствование) техники (частичное обновление на основе применения более современных средств и процессов производства, новой элементной базы)	0,10
Воспроизведение (заимствование) научно-технических достижений с незначительной доработкой по условиям производства и применения техники	0

Таблица 3

Шкала повышения НТУ для показателя сферы распространения результатов

Широкое распространение результатов в международных масштабах (обеспечения потребности народного хозяйства и отрасли с поставкой продукции в другие страны)	0,25
Широкое распространение результатов в масштабах народного хозяйства (обеспечения потребности отрасли с поставкой ее в другие отрасли)	0,15
Широкое распространение результатов масштабах отрасли	0,10
Ограниченное распространение результатов в масштабах отрасли или предприятия (производство для обеспечения потребности отрасли или предприятия)	0

Таблица 4

Шкала повышения оценки НТУ для показателя сложности

Схема повышенной сложности с полной автоматизацией рабочего цикла, наличием обратных связей, автоматическим управлением по заданной программе	0,25
Сложная схема с автоматизацией рабочего цикла, имеется взаимодействие разнородных связей в СТС	0,20
Схема средней сложности с ветвящимся информационным потоком, наличием регулирующих элементов. Управление частично автоматизировано	0,15
Простая схема с разветвлением информационного потока с частичным управлением отдельных элементов	0,10
Простейшая схема с одним информационным потоком без управления процессами, протекающими в объекте	0,05

Выбор показателей качества работ зависит от вида научно-технической продукции и специфики организации научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ. Например, можно использовать следующие показатели: полноту и достоверность

патентно-информационных исследований, качество технико-экономических обоснований, выполнение отраслевых требований по обеспечению технологичности конструкции, соответствие требованиям технической эстетики, результаты испытаний и опытно-промышленной эксплуатации, качество технической документации, соответствие требованиям системы разработки и постановки продукции на производство и т. п.

Чтобы свести разнородные показатели к некоторому обобщенному показателю НТУ НИОКР, требуется привести их к одной шкале измерения. Процедура оценки должна быть достаточно проста, не требовать значительного времени на ее проведение. Применение оценки НТУ в управлении требует обеспечить ее надежность (безошибочность). Поэтому особое внимание следует уделять выбору показателей в каждом конкретном случае. Необходимо использовать как количественные, так и качественные показатели результатов НИОКР. В качестве эквивалента-соизмерителя будем применять показатель прогрессивности научно-технических результатов, т.е. такую числовую характеристику объекта разработки, как коэффициент прогрессивности. Данный показатель несет в себе наиболее полную и обобщенную информацию, по которой можно судить об ожидаемых конечных результатах НИОКР. Все другие показатели либо дополняют эту информацию, либо служат факторами, учитывающими влияние показателей на результативность НИОКР. В соответствии с изложенным подходом показатель НТУ НИОКР определяется как

$$P_{НТУ} = \sum_{i=1}^n P_i - \sum_{j=1}^m P_j, \quad (1)$$

где: n – число показателей результативности НИОКР;

P_i – единичная оценка i -го частного показателя результативности ($i = \overline{1, n}$);

m – число показателей качества НИОКР;

P_j – единичная оценка j -го частного показателя качества ($j = \overline{1, m}$);

Для комплексных НИОКР, содержащих в составе темы ряд работ одного или нескольких видов, обобщенный показатель НТУ НИОКР (темы) рассчитывается по формуле

$$P_{НТУ\text{ темы}} = \sum_{r=1}^l P_{НТУ\text{ } r} T_r / \sum_{r=1}^l T_r, \quad (2)$$

где l – общее число НИОКР, выполняемых в рамках комплексной НИОКР (темы);

$P_{НТУ\text{ } r}$ – показатель НТУ r -й НИОКР, входящей в тему;

T_r – трудоемкость r -й НИОКР.

Существует возможность получения оценки НТУ предприятия за некоторый период времени. При этом шкала показателя сложности для более ранних работ изменяется в соответствии с темпом научно-технического прогресса отрасли. Результатом динамического анализа является средняя оценка НТУ, а также характер его изменения. Полученный показатель НТУ НИОКР работ данного предприятия сравнивается с требуемым уровнем разрабатываемой новой техники как элемента научно-технической программы.

ДВУХУРОВНЕВЫЙ АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НОВОЙ ТЕХНИКИ УДК 658. 652

Тимофеев Д.В. (НТУ «ХПИ»)

С развитием рыночных отношений и усилением конкуренции на рынке средств труда, возрастает актуальность совершенствования анализа эффективности разрабатываемой техники. При этом главной целью анализа является выявление

направлений и резервов повышения эффективности новой техники по сравнению с конкурирующей. Это можно рассматривать как один из аспектов анализа конкурентоспособности создаваемой техники.

Следует отметить, что инструментарий реализации этой задачи пока не сформирован как в теоретическом, так и в практическом аспектах. С учетом этого вопросы исследования эффективности оборудования, прежде всего, должны концентрироваться на ее структурных аспектах. Это позволит определить приоритеты в развитии свойств создаваемой техники и повысить обоснованность планирования инновационных процессов.

При возможности использовать в сфере применения различные модели техники одного назначения потребитель будет отдавать предпочтение той, которая, в конечном счете, обеспечивает максимальное удовлетворение потребности в расчете на единицу (или сопоставимый объем) совокупных затрат. Этот фактор будет определяющим в оценке уровня конкурентоспособности техники. Он может быть выражен для i -й техники показателем:

$$K_i = \frac{V_i}{Z_i}, \quad (1)$$

где V_i – объем удовлетворяемой потребности (выполненный объем работ, услуг и т.д.) с помощью i -й техники за учетный период;

Z_i – совокупные затраты, обусловленные удовлетворением потребности за тот же период.

Этот показатель известен как интегральный показатель качества техники. В нашем случае его можно назвать интегральным показателем конкурентоспособности. У каждого предприятия или отрасли, использующего несколько видов техники одного назначения, будет формироваться средний интегральный показатель конкурентоспособности в зависимости от степени применения и уровня этих показателей для отдельных моделей техники. Это динамическая величина. Она зависит от уровня конкуренции и темпов внедрения достижений НТП в области создания и применения данной техники, от динамики потребности, которая удовлетворяется с ее помощью, от динамики стоимости ресурсов, темпов инфляции и других факторов социально-экономического характера.

Анализ конкурентоспособности техники по видам выполняемых работ позволяет выявить конкурентоспособность техники по отдельным ее свойствам в области удовлетворения потребности.

Оценивая с этой точки зрения сложное оборудование, важно определить уровень его конкурентоспособности по видам удовлетворяемых потребностей (или по видам выполняемых работ, изготавливаемой продукции и т.д.). При этом интегральный показатель конкурентоспособности оцениваемой техники по j -му виду удовлетворяемой потребности (виду выполняемых работ) может быть выражен

$$K_j = \frac{B_j}{Z_j}, \quad (2)$$

где B_j – объем удовлетворенной j -й потребности за учетный период (год, срок службы);

Z_j – полные затраты на удовлетворение j -й потребности (выполняемой работы) за тот же период.

Соответствующий уровень конкурентоспособности оцениваемой техники по сравнению с принятой за базу будет равен:

$$U_{ij} = \frac{K_{ij2}}{K_{ij1}} = \frac{I_{Bj}}{I_{3ij}}, \quad (3)$$

где K_{ij2} , K_{ij1} -- интегральные показатели конкурентоспособности соответственно по оцениваемой и базовой технике;

I_{Bj} -- индекс изменения объема удовлетворения j -й потребности (выполнения работ);

I_{3ij} -- индекс изменения расходов i -го вида на выполнение работ (удовлетворения потребностей) j -го вида за принятый учетный период

$$I_{3ij} = \frac{3_{ij2}}{3_{ij1}} \quad (4)$$

В данном случае важным вопросом является определение также взаимосвязи между вышеприведенным показателем и уровнями конкурентоспособности по отдельным видам затрат U_i и отдельным видам работ U_j , а также общим уровнем конкурентоспособности U_0 . Рассмотрим в этом аспекте первоначально формирование уровня конкурентоспособности по видам работ U_j в зависимости от локальных элементных уровней U_{ij} . Формулу расчета U_j можно представить:

$$U_j = \frac{I_{Bj} \cdot 3_{j1}}{3_{j2}} = I_{Bj} \sum_{i=1}^n \frac{3_{ij1}}{3_{ij2}}, \quad (5)$$

где 3_{ij1} -- расход ресурса (затрат) i -го вида на выполнение j -го вида работ в принятом учетном периоде по базовой технике;

n -- количество видов применяемых ресурсов (затрат) в сфере эксплуатации техники. Тогда общий уровень конкурентоспособности оцениваемой техники U_0 , учитывая его зависимость от U_j , будет иметь вид:

$$U_0 = \sum_{j=1}^m U_j^n \cdot h_{j2} = \sum_{i=1}^m h_{j2} \sum_{i=1}^n U_{ij} \cdot g_{ij2} \quad (6)$$

где U_j^n -- уровень конкурентоспособности по j -му виду работ за учетный период

$$U_j^n = \sum_{i=1}^n U_{ij} \cdot g_{ij2} \quad (7)$$

g_{ij2} -- доля затрат i -го вида в общих затратах на выполнение j -го вида работ за учетный период для оцениваемой техники

$$g_{ij2} = \frac{3_{ij2}}{3_{j2}} \quad (8)$$

h_{j2} -- доля затрат на выполнение j -го вида работ в общих затратах по оцениваемой технике, т.е. весомость данного вида работ по затратам.

С учетом вышеизложенного матрица уровней конкурентоспособности оцениваемой техники может быть в общем виде представлена таблицей 1.

Следовательно, общий уровень конкурентоспособности при анализе его по видам затрат (ресурсов) также будет представляться как двухуровневая сумма локальных уровней U_{ij} , но взвешенных на первом уровне на основе доли затрат по видам работ, а на втором уровне по доле затрат по их видам.

Матрица уровней конкурентоспособности оцениваемой техники

Виды затрат (применяемых ресурсов)	Виды работ (удовлетворяемых потребностей)							U^p_i
	1	2	3	...	j	...	m	
1	U_{11}	U_{12}	U_{13}	...	U_{1j}	...	U_{1m}	U^p_1
2	U_{21}	U_{22}	U_{23}	...	U_{2j}	...	U_{2m}	U^p_2
3	U_{31}	U_{32}	U_{33}	...	U_{3j}	...	U_{3m}	U^p_3
...	...	...	...	...	...	...	...	...
i	U_{i1}	U_{i2}	U_{i3}	...	U_{ij}	...	U_{im}	U^p_i
...	...	...	...	...	...	...	...	...
n	U_{n1}	U_{n2}	U_{n3}	...	U_{nj}	...	U_{nm}	U^p_n
U^p_j	U^p_{1j}	U^p_{2j}	U^p_{3j}	...	U^p_{jj}	...	U^p_{mj}	U^p_{0j}

ОБНОВЛЕНИЕ ПРОМЫШЛЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

УДК 330.43

Демина Е.Б. (ОАО «Южспецстрой»)

Под обновлением промышленного потенциала предприятий в существующих экономических условиях следует понимать реализацию организационно-технических решений, направленных, в первую очередь, на внедрение прогрессивных энерго- и ресурсосберегающих технологий. К последним должны предъявляться «жесткие» требования, связанные с необходимостью выпуска конкурентоспособной продукции в объеме, заданном производственной программой предприятия. Очевидно, что внедрение новых технологий включает необходимость использования прогрессивных материалов и сырья, а также нового оборудования, отвечающего высоким требованиям по функциональной и параметрической надежности, безотказности, ремонтпригодности и производительности. Учитывая тот факт, что обновление промышленного потенциала – длительный и емкий по затратам процесс, неизбежно связанный с уменьшением объема выпуска продукции и производственных мощностей предприятия, одним из основных аспектов становится выбор оптимальной стратегии, позволяющей реализовать комплекс запланированных мероприятий при минимуме снижения мощности производственного потенциала в этот период. При такой постановке задачи под оптимальной следует понимать такую стратегию, при реализации которой предприятие в период обновления промышленного потенциала (в дальнейшем – технического перевооружения) несет минимальные потери.

В общем случае, для принятия решения о целесообразности обновления промышленного потенциала и оптимизации соответствующего комплекса мероприятий, необходимо выбрать одну из альтернатив.

1. Оставить оборудование в работе на выбранный срок за счет разработки системы рациональной эксплуатации.
2. Оставить оборудование в работе на выбранный срок за счет оптимизации комплекса ремонтных работ.
3. Произвести замену оборудования новым, отвечающим перечисленным требованиям.

Выбор первой из альтернатив ставит необходимость оптимизации технического обслуживания оборудования за счет оптимального распределения регламентированных

и нерегламентированных работ и оптимизации соответствующих временных графиков, а также необходимость выбора оптимальных технологических режимов в зависимости от входных параметров технологических процессов.

Выбор второй и третьей из альтернатив ставят необходимость оптимального распределения привлеченных средств на проведение выбранного комплекса мероприятий по группам оборудования.

В любом случае, для оценки каждой из выбранных альтернатив, необходимо уметь оценить убытки, связанные с их реализацией. Это является сложной задачей, т.к. выбирая определенную стратегию для реализации соответствующей альтернативы, зачастую приходится принимать решения в условиях неполной информации. Как следствие, предприятие может нести убытки, величина которых зависит не только от выбранной стратегии, но и от внешних условий, в которых приходится принимать решения. Таким образом, задача выбора оптимальной стратегии проведения технического перевооружения может быть представлена статистической игрой, в которой наилучшим будет байесовское действие [1-3], минимизирующее потери предприятия:

$$R_{opt}(\xi) = \min L(\xi, a) = L(\xi, a_{opt}), \quad (1)$$

где $R_{opt}(\xi)$ - минимальные потери предприятия при выборе оптимальной стратегии перевооружения;

$L(\xi, a)$ - средние потери, которые несет предприятие при выборе того или иного действия a ;

a_{opt} - байесовское действие,

ξ - априорное распределение вероятностей, характеризующих возможные внешние условия.

Знание последней величины является исходным для оценки предприятием функции потерь, представляющей собой аналитическое или матричное описание потерь при всех возможных стратегиях и различных внешних условиях. Знание же функции потерь позволяет предпринимать наилучшие действия в условиях имеющейся информации о внешних условиях.

При матричном описании функции потерь каждая строка матрицы представляет собой величину потерь при реализации различных стратегий для определенной априорной вероятности внешних условий, а каждый столбец – величину потерь при реализации одной выбранной стратегии и различных априорных вероятностей внешних условий. По сути, каждый элемент матрицы функции потерь – это количественная оценка выбранного критерия эффективности технического перевооружения.

В работах [4-6] проведен анализ различных критериев эффективности технического перевооружения и предложен алгоритм расчета фактических приведенных затрат предприятия, основанный на адаптивном моделировании показателей его работы. Расчет с помощью предлагаемого алгоритма основан исключительно на данных о простоях и фактическом времени работы оборудования, которые за анализируемый период могут быть без труда собраны на любом предприятии. Построенная с помощью предлагаемого алгоритма статистическая модель, описывающая фактические показатели работы предприятия и эффективность мероприятий по техническому перевооружению за анализируемый период, позволяет экстраполировать результаты на более длительные сроки и, таким образом, прогнозировать вероятные потери производства при различных действиях. Таким образом, предлагаемые методы позволяют составить матрицу функции потерь. При этом точность проводимых расчетов обеспечивается выбором оптимального параметра алгоритма [7].

Задача выбора оптимального действия решается одновременно с выбором приоритетов для реализации соответствующих мероприятий. При этом целесообразно учитывать не только критерии затрат для различных групп оборудования или различных производств, входящих в структуру предприятия, но и критерии надежности и показатели качества, обеспечиваемые этими производствами. Например, при исследовании целесообразности проведения технического перевооружения на машиностроительном предприятии после дифференцированных расчетов приведенных и эксплуатационных затрат следует оценить потенциальные возможности по обеспечению требуемого качества продукции базовых производств - литейного и кузнечно-прессового, от эффективности работы которых зависят показатели надежности других производств и, в конечном счете, качество готовых изделий.

Если приоритеты выбраны и принято решение о проведении мероприятий по техническому перевооружению какого-либо производства или комплекса производств, необходимо решить оптимизационную задачу распределения средств. При решении данной задачи следует учитывать прогнозные сроки завершения планируемых мероприятий, динамику затрат и доходов в эти периоды, а также интенсивность распределения работ. Одним из методов оптимизации может быть последовательный симплекс-метод. В этом случае в качестве независимых переменных выбираются эксплуатационные затраты при внедрении планируемого мероприятия за заданный период и капитальные вложения за этот же период в новое оборудование, технологии и технические средства. Критерием оптимизации выбираются суммарные затраты за директивный срок.

ЛИТЕРАТУРА

1. Чернов Г., Мозес Л. Элементарная теория статистических решений. - М.: Советское радио, 1962.
2. Башаринов А.Е., Флейшман Б.С. Методы статистического последовательного анализа и их приложения. - М.: Советское радио, 1962.
3. Коршунов Ю.М. Математические основы кибернетики. - М.: Энергия, 1980.
4. Демина Е.Б. Метод определения годовых затрат от простоев оборудования//Вестник Харьковского государственного политехнического университета. - Харьков.: ХГПУ. - Выпуск №58. - с.11-12.
5. Демина Е.Б. Анализ динамики времени работы и простоев оборудования машиностроительного предприятия//Вестник Харьковского государственного политехнического университета. - Харьков.: ХГПУ. - Выпуск №66. - с.13-15.
6. Демина Е.Б. Формирование критерия целесообразности технического перевооружения промышленного производства//Вестник Харьковского государственного политехнического университета. Технический прогресс и эффективность производства. - Харьков.: ХГПУ. - Выпуск №93.
7. К. Хартман и др. Планирование эксперимента в исследовании технологических процессов. - М.: Мир, 1977.

ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ ТЕХНІЧНОГО ПЕРЕОСНАЩЕННЯ ВИРОБНИЦТВА

УДК 338.45:330.115

Безугла О.Е. (НТП "ЗНАК")
Сапожников Е.О. (ХСЕІ)

Технічне переоснащення виробництва, насамперед, заміна фізично - та морально застарілих основних засобів підприємств сучасним високоефективним устаткуванням, є одним з визначальних факторів підйому промислових галузей України до рівня ринкових вимог.

Проблеми технічного переоснащення повинні вирішуватися на базі системного підходу до розробки та реалізації Бізнес-плану (БП) технічного переоснащення, з урахуванням факторів конкурентного ринкового середовища та вирішенням ряду задач:

Актуальні проблеми сучасної науки в дослідженнях молодих вчених м.Харкова

економічних, технічних, фінансово-інвестиційних, структурно-організаційних, системного менеджменту, управління персоналом.

Економічні проблеми передбачають розв'язання таких задач:

1) вибір та економічне обґрунтування стратегії підприємства в умовах впливу ринкових факторів попиту та пропозиції на товари та послуги;

2) визначення оптимальної номенклатури продукції на підставі маркетингових досліджень;

3) аналіз та економічне обґрунтування потреб у вивільненні з виробничого циклу чи використанні за іншим призначенням (за іншими маршрутними технологіями, у інших режимах) діючих основних засобів;

4) розрахунок та порівняльний аналіз економічної ефективності впровадження нових видів устаткування у складі основних фондів.

Зміст технічних питань у складі Бізнес-плану полягає, на думку авторів, у тому, що заміна основних фондів, наділена на підвищення продуктивності, енергозберігання, зниження матеріаломісткості, забезпечення екологічної безпеки та здатності працювати у складі гнучких виробничих систем, повинна вирішуватись як складова частина загального інноваційного процесу, що має реалізовуватися на підприємстві.

Вирішення фінансово-інвестиційних проблем у складі Бізнес-плану пропонується за рахунок комплексного підходу до залучення коштів:

– шляхом використання банківських кредитів;

– структурною реорганізацією підприємства, наприклад, створенням акціонерного товариства, випуском та реалізацією акцій, тобто формуванням акціонерного капіталу;

– за рахунок списання та продажу власних спрацьованих основних фондів;

– шляхом входження до складу об'єднань: асоціацій, корпорацій, інших договірних чи статутних організаційно-господарських форм та проведенням взаємного інвестування з зацікавленими учасниками;

– залученням закордонних інвесторів та створенням спільних підприємств;

– за рахунок бюджетного фінансування у межах держзамовлення тощо.

За умов обмеженості інвестиційних можливостей, власних оборотних коштів та фондів розвитку, головна задача Бізнес-плану може бути сформульована як оптимізаційна: “досягнення максимуму виграшу від технічного переоснащення за умов застосування оптимальної стратегії інвестування”, та представлена у формалізованому вигляді:

$$W^* = \max \{ W_i(t_i, x_i) / W_j(S_j, Y_j) \} \quad (1)$$

$$j = \overline{1, m} \\ i = \overline{1, N}$$

де W^* – оптимальна стратегія плану технічного переоснащення, визначена за критерієм максимуму прибутку;

$W_i(t_i, x_i)$ – оптимальний виграш за t років при здійсненні x_i – го управлінського рішення щодо заміни устаткування, де $i = \overline{1, N}$ – період переоснащення (років), за умов реалізації інвестиційного плану $W_j(S_j, Y_j)$;

$W_j(S_j, Y_j)$ – оптимальний план інвестицій, тобто виділення суми Y_j із загального обсягу коштів S_j для заміни j – го об'єкту основних засобів, де $j = \overline{1, J}$ – загальна кількість об'єктів інвестування.

Вирішення структурно-організаційних проблем оновлення основних фондів базового підприємства пропонується авторами шляхом створення малого інноваційно-упродовжувального підприємства (дочірнього щодо базового) з трьохрівневою науково-технічною структурою, представленою на рис. 1.

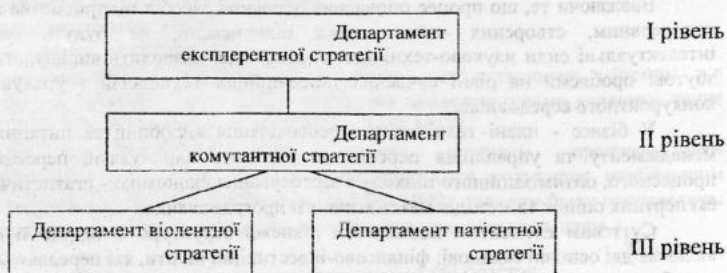


Рис. 1. Трирівнева інноваційно-впроваджувальна структура

У наведеній структурі передбачені наступні департаменти:

– експлерентної стратегії, де проводяться роботи з дослідження традиційних та радикального перетворення старих сегментів ринку; розробляються стратегічні завдання Бізнес-плану;

– комутантної стратегії, де проводяться дослідження локальних проблем місцевого ринку і розробка тактичних завдань Бізнес - плану;

– віолентної стратегії – забезпечення впровадження Бізнес - плану за умов організації масового виробництва продукції;

– патієнтної стратегії – забезпечення впровадження Бізнес-плану за умов організації обмеженого спеціалізованого виробництва.

Вищевказані структурні департаменти являють собою підрозділи однієї цілісної науково – технічної фірми, яка здатна займатися як суто інноваційною діяльністю, так і забезпечувати вирішення прикладних задач виробництва, зокрема проведення комплексу робіт з Бізнес-плану технічного переоснащення та його реалізації (рис. 2).



Рис. 2. Схема охоплення секторів виробничого ринку інноваційними стратегіями

Вважаючи те, що процес оновлення основних засобів підприємства повинен бути неперервним, створення таких малих підприємств, де будуть сконцентровані інтелектуальні сили науково-технічних спеціалістів, дозволить вирішувати виробничо-збутові проблеми на рівні сучасних інноваційних технологій з урахуванням вимог конкурентного середовища.

У бізнес - плані технічного переоснащення виробництва питання системного менеджменту та управління персоналом доцільно вирішувати, переважно, на базі процесного, оптимізаційного підходу з застосування економіко - статистичних моделей, експертних оцінок та методів математичного програмування.

Суттєвим елементом новини 3-х рівневої структури є те, що її фінансування включає дві основні складові: фінансово-інвестиційні кошти, які передаються їй базовим виробничим підприємством для реалізації Бізнес-плану технічного переоснащення виробництва, а також доходи від наступної дифузії інновацій у різних секторах ринку.

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ НАПРАВЛЕНИЙ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ

УДК 658.3

Каретникова В.С. (НТУ «ХПИ»)

Гуцул Р.И. (ЗАО «Завод турбокомпрессоров»)

Целевые инвестиционные программы в Украине требуют привлечения иностранного капитала. Определение наиболее эффективного направления его использования потребуют разработки определенных методологических подходов, которые могут разрабатываться в зависимости от специфики отрасли или отдельных производств.

По оценке отдела иностранных кредитов и инвестиций Министерства экономики Украины, потребность страны в иностранных инвестициях составляет не менее 40 млрд. \$. Однако в настоящее время по объемам привлечения иностранных инвестиций Украина уступает в 3-7 раз другим странам Восточной Европы.

Состав иностранных инвесторов в Украине в настоящее время следующие :

- крупнейшие транснациональные корпорации;
- аутсайдеры, не выдержавшие конкуренции в своих странах;
- фирмы с ограниченными финансовыми возможностями, рассчитывающие на быструю отдачу;
- инвесторы, отмывающие "грязные" капиталы.

Деятельность предприятий требует рационального распределения как привлеченных, так и собственных средств. Поэтому поступление инвестиционных ресурсов зависит не только от благоприятного инвестиционного климата, который создает государство и органы местного самоуправления, но и от предприятия, которое должно самостоятельно разрабатывать программы своего дальнейшего развития.

Прежде чем принять решение о привлечении иностранных средств предприятию необходимо всесторонне изучить следующие вопросы:

- на каких мировых рынках (по видам продукции, составу потребителей, регионам мира) производство может реально конкурировать в настоящее время или в ближайшую перспективу;
- научно-технологическое обоснование инвестиционного проекта;
- определение видов товаров (работ, услуг), по которым потребуются минимальные вложения с учетом новых технологий для обеспечения их конкурентоспособности;

По оценкам специалистов наиболее привлекательными отраслями народного хозяйства Украины для иностранных инвесторов являются:

- машиностроение и металлообработка (18%);
- пищевая промышленность (15%);
- внутренняя торговля (11%) [1].

Сельхозмашиностроение является наиболее существенным звеном в машиностроении и металлообработке. Его ведущими представителями являются такие заводы: ОАО "ХТЗ", ОАО "ХЗТСП", ОАО "ТекЗ", ОАО "МЗТГ".

Продукция ОАО "ХТЗ" является самым крупным производителем сельскохозяйственной техники в Украине и ее продукция пользуется наибольшим спросом как в самой Украине так и в России. За 1996-1999г. заводом были произведены и реализованы следующие виды тракторов, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1.

Динамика производства тракторов на ОАО "ХТЗ"

№	Наименование тракторов	Ед.изм.	1996г.	1997г.	1998г.	1999г.
1	T-150 и его модификации	шт.	587	627	336	369
2	T-150K и его модификации	шт.	979	1150	460	503
3	T-151K-08	шт.	38	20	3	0
4	T-155	шт.	1	3	5	8
5	T-156A, Б	шт.	128	94	163	171
6	T-157-05	шт.	6	2	17	20
7	T-158-05	шт.	29	9	8	4
8	ХТЗ-120	шт.	136	205	156	166
9	ХТЗ-180	шт.	20	2	1	0
10	ХТЗ-17021	шт.	0	13	599	648
	ИТОГО	шт.	1924	2125	1748	1889

Данные таблицы свидетельствуют о том что: присутствует снижение общего выпуска тракторов в 1998г. против 1996г. на 9,15% и против 1997г. на 17,74%; в 1999г. имеет место увеличение выпуска тракторов против 1998г. на 8,07%. При этом значительно возросло производство тракторов ХТЗ-17021 с двигателем 6F1013E немецкой фирмы "Дойц" с 13 шт. в 1997г. до 599 шт. в 1998г. и до 648 шт. в 1999г. вследствие увеличения спроса. Производство тракторов на предприятии требует глубокой кооперации. В таблице 2 представлен удельный вес комплектующих и запчастей к тракторам, изготавливаемых разными предприятиями.

Таблица 2.

Удельный вес составляющих трактора

№ п/п	Наименование подгруппы	Уд.вес в стоимости трактора, %	Изготовитель
1	Двигатель	27,09	ОАО "ХЗГД", ОАО "СпМ", ОАО "ЛКМЗ", ОАО "ЛЗКВ"
2	Топливная система	10,4	ОАО "ЧЗТА", ОАО "Гидросила", ОАО "ВЗТА"
3	Гидравлическая система	12,6	ОАО "МЗП", ОАО "Гидросила", ОАО "ВЗТА"
4	Электрооборудование	7,3	ОАО "Электромаш"
5	Турбокомпрессор	0,01	ОАО "ДЗТ"
6	Ходовая	10,7	ОАО "ХТЗ"
7	Шасси	17	ОАО "ХТЗ", ОАО "ЛКМЗ"
8	Навесное оборудование	14,9	ОАО "ХТЗ"

Из данной таблицы видно, что доля ОАО "ХТЗ" по изготовлению комплектующих и запчастей составляет 42,6%. Другими ведущими производителями являются: ОАО "ХЗТД", ОАО "Гидросила", ОАО "ЛКМЗ".

Единственный производитель турбокомпрессоров в Украине - ОАО "ДЗТ". Продукция завода пользуется спросом, как в нашей стране так и за рубежом. Экспорт продукции в Россию составляет 43%. Предприятие обладает большим производственным потенциалом вследствие: сохранения профессиональных и высококвалифицированных кадров, наличия недогруженных мощностей; отлаженного процесса производства. Для использования этого потенциала необходимы долгосрочные инвестиции, направленные на техническое перевооружение предприятия.

В машиностроительном комплексе Украины сложился критический баланс между производственным потенциалом и фактическим уровнем производства. Предприятия машиностроения отказываются от выпуска сложной продукции, которая требует глубокой кооперации. Таким образом, без проведения в стране экономической политики, ориентированной на приоритетное развитие обрабатывающих отраслей промышленности, в первую очередь машиностроения, невозможна трансформация Украины в высокоразвитую державу с высоким уровнем жизни населения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Пампура А.И. Управление инновационным процессом в промышленности. – Донецк: Институт экономической промышленности, 1997. – 363с.

НЕОПРЕДЕЛЕННОСТЬ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ И МЕТОДЫ ЕЕ УЧЕТА

УДК 330.322

Козлова И.Н. (ХГЭУ)

Инвестиционные проекты по определению относятся к будущему, которое невозможно прогнозировать с уверенностью. Поэтому практика инвестиционного проектирования рассматривает, в числе прочих, аспекты неопределенности и риска.

По нашему мнению, под неопределенностью следует понимать неоднозначное развитие определенных событий в будущем, невозможность оценки вероятностей потенциальных результатов и предсказания основных показателей развития деятельности предприятия. В отличие от неопределенности, при ситуации риска известна вероятность наступления того или иного развития, то есть под риском в общем, случае можно понимать возможность наступления некоторого нежелательного события. Ситуации неопределенности и риска можно рассматривать как ненадежность ожидания, так как при инвестировании характер влияния многих факторов часто однозначно не определен.

В условиях нестабильной и быстро меняющейся ситуации субъекты инвестиционной деятельности вынуждены учитывать все факторы, которые могут привести к убыткам, поэтому финансовый анализ и оценка инвестиционного проекта должны проводиться с учетом риска и неопределенности. Предлагается применение следующих методов для учета неопределенности: анализ чувствительности, анализ риска, дерево решений.

Цель анализа чувствительности состоит в сравнительном анализе влияния различных факторов инвестиционного проекта на ключевой показатель эффективности проекта. В качестве ключевого показателя можно использовать, например, чистую текущую стоимость, внутреннюю норму доходности. Правомерность такого подхода определяется тем, что данные оценки характеризуют две различные стороны инвестиционного проекта: доход и связанный с ним риск.

Наиболее рациональная последовательность проведения анализа чувствительности сводится к следующим этапам.

1. Выбор ключевого показателя эффективности инвестиций.
2. Выбор факторов, относительно которых при разработке инвестиционного проекта не имеется однозначного суждения, то есть определяется вид и число изучаемых входных величин.
3. Установление номинальных и предельных (нижних и верхних) значений неопределенных факторов, выбранных на предыдущем этапе.
4. Расчет ключевого показателя для всех выбранных предельных значений неопределенных факторов.
5. Построение графика чувствительности для всех неопределенных факторов. График делает отчетливой чувствительность целевой величины к изменениям отдельных входных величин, то есть позволяет сделать вывод о наиболее критических факторах инвестиционного проекта с тем, чтобы в ходе его реализации обратить на эти факторы особое внимание с целью сокращения риска для реализации инвестиционного проекта.

Из данных анализа вытекают указания для дальнейшего планирования и контроля входных величин, а также влияющих на них факторов. Метод применим для оценки моделей принятия единичных решений, его результаты позволяют увидеть структуру модели, а также провести анализ влияния ненадежных данных модели. Путем определения формы зависимости выгодности альтернатив от входных данных модели подготавливается выбор альтернатив, их выбор осуществляется на основе результатов анализа чувствительности и предоставляется лицу, принимающему решение.

С помощью анализа чувствительности можно установить значение отдельных входных величин. Благодаря этому метод применим не только для выбора альтернативы, но и для целенаправленного управления плановыми и контрольными мероприятиями. Недостатком метода является то, что для значений не анализируемых величин исходят из их постоянства, чего не наблюдается на практике, так как значения величин только в немногих случаях не зависят друг от друга. Следующий недостаток состоит в отдельном анализе некоторых возможных значений входных величин без высказывания о вероятности их отклонений. Эти недостатки не присущи рассматриваемому далее анализу риска.

Для анализа риска характерно представление возможных значений ненадежных входных величин в форме распределения вероятности. Для возможных значений входных и целевых величин определяется распределение вероятности. Распределение вероятности можно рассматривать как основу поиска решения с учетом ненадежности ожиданий. Анализ риска можно проводить по следующим стадиям.

1. Формулировка модели принятия решения.
2. Определение распределения вероятности ненадежных входных величин.
3. Учет стохастической зависимости между ненадежными входными величинами.
4. Вычисление распределения вероятности для целевой величины.
5. Интерпретация результатов.

Анализ риска охватывает, кроме оценки модели принятия решения, такие фазы анализа модели, как построение зависимости и сбор данных.

Анализ риска дает хорошую основу для поиска решения, но при этом метод может применяться только с использованием ЭВМ. Трудность при применении анализа риска состоит в определении входных данных, в особенности распределения вероятности и стохастических зависимостей. Следующим недостатком метода является то, что он не допускает выводов о влиянии отдельных входных величин на результат. Оба эти недостатка могут быть преодолены с помощью соединения анализа риска с анализом чувствительности. Этот метод называется сенситивным анализом риска и представляет

собой анализы чувствительности в рамках анализа риска. В рамках сенситивного анализа риска могут быть анализированы: ненадежные входные величины и распределение их вероятностей; стохастические взаимозависимости между ненадежными входными величинами; входные величины, принятые до сих пор в качестве надежных.

Другим приемом анализа риска является анализ сценариев, позволяющий наряду с базовым набором исходных данных проекта рассмотреть ряд других наборов данных, которые, по мнению разработчиков проекта, могут иметь место в процессе реализации, в том числе показатели при плохом стечении обстоятельств и при хорошем. После этого ключевой показатель эффективности инвестиций, вычисленный для хороших и плохих условий, сравнивается с ожидаемым показателем и делается соответствующий вывод для принятия инвестиционного решения.

С помощью метода дерева решения возможно определение оптимального решения на начало планового периода времени с учетом возможных состояний внешней среды и вероятность их наступления, а также последующих решений, принимаемых в случае наступления определенного состояния внешней среды. Под состоянием внешней среды, по нашему мнению, следует понимать всю совокупность факторов в будущем, в условиях которых приходится принимать решения.

Многоступенчатая проблема принятия решения может быть представлена так называемым деревом решения. Его узлы представляют собой ключевые события, а линии, соединяющие узлы – проводимые работы по реализации проекта (альтернативы решения). Кроме того, приводится информация относительно времени, стоимости работ и вероятности принятия решения. В качестве целевой величины при применении метода дерева решения в инвестиционных расчетах используется чаще всего значение математического ожидания стоимости капитала. В таком случае оптимальной будет являться обусловленная состоянием внешней среды серия решений, имеющая максимальное значение математического ожидания стоимости капитала.

Недостатками метода дерева решения является увеличение трудоемкости расчетов при необходимости учета большого числа решений и возможных состояний внешней среды. Отсюда вытекает требование ограничения числа состояний внешней среды. Следующий недостаток состоит в присутствии субъективного отношения экспертов в таких оценках из-за сложности в определении вероятности всех возможных вариантов развития проекта. Дополнительные выводы относительно отдельных входных величин можно получить с помощью проведения анализа чувствительности в рамках метода дерева решения.

Рассмотренные методы учета неопределенности при анализе инвестиционных проектов позволяют сделать вывод о том, что в условиях украинской экономики можно применить анализ чувствительности, а также сценарный анализ с использованием метода дерева решения.

ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ИНВЕСТИЦИОННОГО РИСКА

УДК 336.763

Гаврюкова Т.В. (ХГЭУ)

Учет фактора риска является одним из основных при инвестиционном анализе, его взаимосвязь с доходностью отражается в «золотом правиле инвестирования»: с увеличением доходности увеличивается риск. По результатам оценки инвестиционного риска проводится сравнительная оценка различных ценных бумаг, что позволяет принять инвестиционное решение и выбрать направление вложения средств, несущее риск и доходность, приемлемые для инвестора.

В экономической теории и практике существует целый ряд подходов к измерению размера инвестиционного риска:

- оценка риска по источникам возникновения;
- оценка риска по дереву событий;
- оценка риска на основании ожидаемой доходности;
- оценка риска на основании исторического подхода.

Для определения размера риска по источникам его возникновения используется модель процесса формирования дохода по ценной бумаге, учитывающая факторы на нее влияющие или факторная модель. На первом этапе определяются факторы, которые оказывают влияние на величину доходности с использованием специфических методов и приемов факторного анализа. Далее, определяется чувствительность дохода по ценной бумаге к значению фактора и рассчитывается чувствительность других ценных бумаг к этим же факторам. Значение коэффициента чувствительности будет свидетельствовать о том, насколько тесна связь между ценной бумагой и данным фактором, он может быть использован для сравнения рисковости ценных бумаг.

Недостатком данного подхода оценки риска является изменение, как самих факторов, так и их значений от периода к периоду. Тем не менее, можно применять такой метод оценки риска, если инвестору удастся построить достоверный прогноз факторов, влияющих на формирование дохода по определенным ценным бумагам.

Оценка риска посредством построения дерева целей применяется в основном для рискованных ценных бумаг, когда существуют альтернативные варианты вложения средств. В отечественной теории и практике, как правило, такой подход не разработан. Поэтому следует отметить, что доходность ценной бумаги определяет размер выплат, который в то же время дает возможность судить об уровне риска. В то же время, следует отметить существование других событий, оказывающих существенное влияние на рыночную стоимость акций, их доходность и риск. Такими факторами являются: изменение процентной ставки, рост ВВП, падение валютного курса, рост ставок по межбанковским кредитам.

Следует выделить такие этапы анализа.

1. Определение возможных будущих событий, оказывающих влияние на доходность финансовых инвестиций, вероятности их свершения и результатов (доходности).
2. Построение дерева событий, при учете того, что сумма вероятностей возможных последующих событий равна единице и просчитываются все события, имеющие место до истечения срока инвестирования.
3. По конечным результатам событий рассчитывается средняя ожидаемая доходность, дисперсия и стандартное отклонение. Именно величина стандартного отклонения и принимается за риск.

Основным преимуществом рассматриваемого подхода является учет будущих событий и получаемый показатель риска. Однако при этом инвестор должен прогнозировать будущие события, оказывающие влияние на доходность инвестиций, устанавливать причинно следственные связи между ними, а это не всегда возможно из-за отсутствия достоверной информации. Кроме того, всегда есть опасность субъективных суждений, которые снижают достоверность и качество прогнозов.

Самым распространенным подходом в оценке риска является исторический, поскольку исторические данные о доходности за несколько прошедших периодов достаточно доступны. Оценка риска делится на несколько этапов.

Первый из них включает расчет доходности ценной бумаги за определенный период по стандартной формуле (в зависимости от вида и особенностей конкретной ценной бумаги). Второй этап предполагает расчет исторической доходности по формуле средней арифметической или средней геометрической. На третьем этапе определяется

вариация и стандартное отклонение, характеризующее распределение доходностей и показывающее их отклонение от средней. Чем больше такое отклонение, тем выше риск. На основании данного метода рассчитывается риск, отражающий прошлые события. Его преимуществом является использование объективных, не зависящих от мнения и предпочтений аналитика данных, а значит достаточно высокая точность. Однако следует отметить и ограниченность данного метода – нельзя полностью аппроксимировать прошлые тенденции на будущее, то есть в данном случае оценивается риск осуществленных вложений, а не будущих.

Измерение риска по ожидаемым доходностям предполагает использование случайных величин, расчет их характеристик – ожидаемой доходности и стандартного отклонения (а иногда и выражение риска в конкретных суммах потерь и их вероятности). В первую очередь строится кривая распределения (дискретная или продолжительная) ожидаемых доходностей. Далее, для каждой ожидаемой доходности определяется вероятность. Затем, умножая результат на вероятность его исполнения, и, сложив каждое произведение, получаем средний ожидаемый доход. После этого, рассчитывается вариация и стандартное отклонение ожидаемого значения как мера риска. При расчете стандартного отклонения не делают различий между желательными и нежелательными результатами, то есть между доходностью выше или ниже среднеожидаемой. По этой причине оценка вознаграждения за риск, а именно доходности выше средней, будет снижать привлекательность инвестиции.

Этот факт особенно значителен, поскольку распределение доходностей не подчиняется нормальному закону распределения. Поэтому практики рекомендуют, помимо стандартного отклонения, использовать показатели: вероятности «недора» – измерение вероятности того, что доходность окажется ниже ожидаемой; полудисперсии – аналога дисперсии, при исчислении которой используются только доходности ниже ожидаемой. Эти показатели особенно полезны при сопоставлении ценных бумаг и принятии решения о допустимом уровне риска.

Стандартное отклонение в этом случае позволяет сравнить ценные бумаги с одинаковой ожидаемой доходностью, а для анализа различных ценных бумаг рассчитывается коэффициент вариации, показывающий объем риска на единицу доходности. Подход в оценке рисков по ожидаемым доходностям эффективен, но его применение вызывает некоторые сложности, поскольку необходимо знать величины ожидаемых доходностей, и, несмотря на то, что имеются методики их расчета, достоверность не всегда удовлетворительна.

Таким образом, исходя из проведенного анализа существующих в экономической теории и практике подходов к оценке риска, следует отметить, что усилить их достоинства и избежать недостатков можно только обосновав синтез и взаимодополняющее использование перечисленных методов.

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫМ ПРОЕКТОМ

УДК 336.645.1

Жилина Т.А. (ХГАДТУ)

Одним из наиболее значительных событий текущего периода экономической жизни в городе Харькове и регионе безусловно можно считать принятие Закона "О специальном режиме инвестиционной деятельности на территории города Харькова".

Казалось, что с принятием данного документа государственного значения многие проблемы активизации инвестиционной деятельности в городе Харькове будут сняты. В

тоже время, как показала практика, возник ряд определенных проблем, существующих, в которых ранее не придавалось большого значения. Одной из них является отсутствие системы информационного обеспечения о ходе реализации проекта как для инвесторов, так и органов государственной власти, в чьи функции входит контроль за исполнением вышеуказанного Закона. Принятые в спешном порядке инструктивные документы по данной тематике проблему не решили, так как в этом направлении не проводились широкие научные исследования и отсутствуют рекомендации. В этой связи информационное обеспечение проекта следует рассматривать не по остаточному принципу, а как один из ключевых факторов определяющих успех его реализации. Динамичность текущих задач и высокая степень неопределенности являются характерными чертами осуществления большинства проектов. В данных условиях наличие точной и своевременной информации определяет успех проекта в целом. Отсюда следует, что в систему управления реализации инвестиционного проекта необходимо включать комплекс управления коммуникациями, который является управленческой функцией, направленной на обеспечение своевременного сбора, генерации, распределения и сохранения необходимой проектной информации. С этой целью, необходим сбор определенных данных и получение результирующей информации. Для повышения качества управленческих решений необходимо ввести информационную систему управления проектом (ИСУП) - организационно-технологический комплекс методических, технических, программных и информационных средств, направленных на поддержку и повышение эффективности процессов планирования и управления проектом путем управления коммуникациями, которая обеспечит поддержку системы связи (взаимодействий) между участниками проекта, передачу управленческой и отчетной информации, направленной на достижение целей проекта. Каждый участник проекта будет подготовлен к взаимодействию в рамках проекта в соответствии с его функциональными обязанностями.

Несистемное (неформальное) управление проектом может быть эффективным для малых проектов с ограниченными задачами и ресурсами, но теряет свою эффективность уже на проектах относительно высокой сложности. Без некоторой формализованной системы управления руководитель и участники проекта неизбежно столкнутся с проблемами, связанными с конфликтами целей, приоритетов, сроков, назначений и отчетности. Потери, связанные с ошибками управления и с дополнительными затратами времени и ресурсов, расходуемых на разрешение возникающих конфликтов, неизбежно влияют на качество результатов и приводят к удорожанию проекта. Таким образом, функции контроля над проектом основываются на оценке результатов выполнения задач, а не на сравнении объемов работ, привязанных к календарным периодам. ИСУП предназначена для обеспечения поддержки и повышения эффективности процессов планирования и управления реализацией проекта. Таким образом, структура и содержание принятых в рамках проекта и организации процессов управления во многом определяют структуру информационной системы. В связи с этим, информационная система управления проектом должна быть структурирована как по этапам проектного цикла, так и по функциям и по уровням управления. В настоящее время для поддержки различных управленческих функций используется разное информационное и программное обеспечение, поэтому возникает проблема согласования информационного обеспечения. Управление проектами лишь на основе существующих функциональных информационных систем наталкиваются на проблемы: низкой оперативности получения и качества информации как вследствие избыточности данных и низкой степени интеграции информации, так и вследствие разнородности информационных систем, используемых разными отделами (и тем более, разными организациями), участвующими в проекте.

Таким образом, структура и содержание принятых в рамках проекта и организации процессов управления во многом определяет структуру самой же информационной системы. В связи с этим информационную систему управления проектом необходимо структурировать по этапам проектного цикла, по функциям и по уровням управления. В связи с этим, приведен обобщенный цикл проекта и типы программного обеспечения, которые необходимы для решения различных управленческих функций.

Для укрупненного описания и анализа проекта на прединвестиционной стадии для обоснования целей проекта и оценки экономической эффективности проекта в целом в большей степени подходит специализированное программное обеспечение (ПО) анализа проектов, которое позволяет выполнить оценки основных показателей проекта в целом и обосновать эффективность капиталовложений.

Для детального планирования и контроля графика работ проекта для анализа сроков выполнения проекта в целом и отдельных его стадий, временного планирования, анализа графика потребностей проекта в ресурсах и ресурсного планирования, а также анализа графика потребностей проекта в финансах и стоимостного планирования используется ПО календарного планирования и управления проектами и ПО ведения бухгалтерского учета проекта и стоимостного анализа. Для контроля за ходом реализации и анализа состояния проекта на стадии его выполнения или для принятия решения о его завершении особую важность приобретает обеспечение эффективного обмена информацией и оперативного взаимодействия между участниками проекта и соответственно возрастает потребность в ПО поддержки групповой работы и обеспечения оперативного документооборота, в т.ч. формирование отчетов и ведение архивов.

Кроме перечисленных выше основных модулей информационной системы, значительное количество информационных подсистем, поддерживающих те или иные управленческие функции (управление изменениями, качеством, рисками) может быть разработано и интегрировано в единую систему. Отметим, что каждый из основных элементов ИСУП должен включать средства сбора, передачи и документирования информации. Эти средства в целом составляют автоматизированную систему поддержки коммуникаций проекта. Реализация этой системы управления проектом (или комплексом проектов), процессы сбора и обработки данных о достигнутых результатах и фактических затратах, а также отображение информации о состоянии работ в отчетах, обеспечивают основу для координации работ, оперативного планирования и управления. Теоретически руководители проектов сегодня могут получать детальные отчеты по проекту и выдавать задания, не покидая офиса и без единого телефонного звонка. Таким образом, традиционные системы для управления проектами имеют возможность превратиться из систем для моделирования проектов в системы, реально поддерживающие процессы управления инвестиционными проектами.

ЛИТЕРАТУРА

1. Программный комплекс. Project Expert 5 Professional for Windows / М.:Про-инвест Консалтинг, 1996.
2. Программный комплекс "Альт-инвест". - СПб.: ИКФ "Альт", 1996.
3. High Technology Business, 1988, March.

МЕСТО ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕСУРСОВ В СТРУКТУРЕ ФИНАНСОВЫХ РЫНКОВ УДК 330.322

Порошин Д.Ю. (ХГЭУ)

Инвестиционные товары или объекты инвестиций должны отвечать целевой установке инвестора, то есть обеспечить через определенное время увеличение капитала, что вызывает необходимость оценки инвестиций с позиций доходности и размера дохода на инвестированный капитал.