

6524
X-21

ЕКОНОМІКА *розвитку*

**Харківський державний
економічний університет**

Науковий журнал

№ 1 (21)

Харків – 2002

Економіка розвитку

Засновник і видавець **Харківський державний економічний
університет**

березень 2002 р. №1 (21)

Науковий журнал "Економіка розвитку" видається з березня 2002 року,
перереєстрований в зв'язку зі зміною сфери розповсюдження і назви журналу "Вісник" з 1997 р.

Реєстраційний номер свідоцтва **КВ №5947**

Затверджено на засіданні вченої ради університету.
Протокол №7 від 25.03.2002 р.

Редакційна колегія

Пономаренко В.С. (головний редактор)
Афанасьєв М.В.
Внукова Н.М.
Григорян Г.М.
Гриньова В.М. (заст. головного редактора)
Дікань Л.В.
Дороніна М.С.
Журавльова І.В.
Іванов Ю.Б.
Клебанова Т.С.

Кожанова Є.П.
Левикін В.М.
Малярєвський Ю.Д.
Назарова Г.В.
Орлов П.А.
Пушкар О.І.
Тодика Ю.М.
Українська Л.О.
Хміль Т.М.
Хохлов М.П.

Зав. редакцією **СЄДОВА Л.М.**

Відповідальний редактор **СЄДОВА Л.М.**

Редактор **ДЕМЧЕНКО Н.І.**

Технічний редактор **ВЯТКІНА О.С.**

Комп'ютерна верстка **ШТАНЬКО І.Л.**

- Статті для публікації в науковому журналі відбираються на умовах конкурсу.
- Відповідальність за достовірність фактів, дат, назв, імен, прізвищ, цифрових даних, які наводяться, несуть автори статей.
- Редакція може публікувати статті в порядку обговорення, не поділяючи точки зору авторів.
- При передрукуванні матеріалів посилання на "Економіку розвитку" обов'язкове.

Адреса видавця: 61001

Україна, Харків, пр. Леніна, 9а

Телефони: (0572)

30-23-04 — гол. редактор

40-92-41 — редакція

E-mail: vydav@ksue.edu.ua

Підписано до друку 27.03.2002 р.

Формат 60×90 1/8. Папір ТАТРА.

Ум. друк. арк. 12,5. Обл.-вид. арк. 14,38.

Можливо 500 прим. Зам. №228.

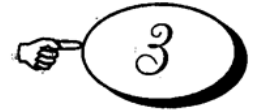
Ціна договірна.

Надруковано з оригінал-макета на Riso-6300

© **Видавництво ХДЕУ, 2002**

© **Економіка розвитку, 2002**

Содержание



Гриньова В.М. <i>Принципи та структура системи управління промисловим виробництвом у регіоні</i>	5
Федорченко А.В. <i>Сучасний маркетинг як засіб покращення технологічної складової промислового виробництва</i>	9
Перешибкін М.М. <i>Формування портфеля вкладень комерційного банку</i>	11
Доценко Н.С. <i>Проблемы амортизационной политики Украины</i>	15
Сасина Л.А. <i>Этносоциальные проблемы в Украине</i>	17
Еременко В.В. <i>Развитие маркетинга в условиях экономики переходного периода</i>	19
Бровко Е.М. <i>Стратегия диверсификации: аргументы за и против</i>	21
Жуйкова К.В. <i>Оценка влияния качественных параметров техники на оптимальный объем средств лизинга</i>	24
Котляров Л.Д. <i>Возрождение роли потребительской кооперации при переходе к рыночным отношениям</i>	26
Нікуліна О.В. <i>Розвинута інфраструктура — складова національного добробуту</i>	27
Полякова Я.А. <i>Управление рекламной деятельностью на основе экономических показателей</i>	29
Шевченко К.М. <i>Концептуальні моделі маркетингологічного аналізу ринків</i>	32
Погорелов С.Г. <i>Аналіз сучасного стану розвитку потенціалу металургійних підприємств</i>	34
Пушкарь А.И., Евсеев А.С. <i>Экспертно-аналитический подход к моделированию материально-технического обеспечения развития предприятия</i>	37
Гордиенко Л.Ю. <i>Категории "обратимость" и "необратимость" в контексте управления трансформационными процессами в организации</i>	42
Василенко А.Н. <i>Инвестиционная привлекательность предприятия: анализ методов оценки</i>	44



Албул А.А. <i>Этапы формирования стратегии предотвращения банкротства промышленного предприятия</i>	47
Румянцев Н.В. <i>Одна схема управления двумя различными идентичными приборами</i>	50
Абдель–Вахаб М. Равашгех <i>Стоимостная оценка и учет нематериальных активов предприятий в условиях компьютеризации</i>	56
Б.Г. Савченко <i>Социологические исследования управления персоналом организации</i>	60
Шкурко В.В. <i>Критерії оцінки ефективності менеджменту виробничої адаптації персоналу підприємств до нових умов господарювання</i>	62
Истомина Т.А. <i>Диагностика кризисных ситуаций в процессе управления реструктуризацией предприятия</i>	65
Абрамова И.Н. <i>Новые возможности финансового оздоровления предприятий</i>	68
Вовк В.А. <i>Формирование социально-экономической стратегии управления маркетинговой деятельностью предприятия</i>	70
Галушко А.В. <i>Реструктуризация как средство адаптации предприятий к рыночным условиям хозяйствования</i>	73
Бибик Ю.В. <i>Государственная поддержка внедрения и сертификации систем качества в соответствии с международными стандартами</i>	74
Канурная З.Ф. <i>Концептуальные основы построения бухгалтерского учета в условиях рыночной экономики</i>	76
Боровой Ю.Н., Федько В.В. <i>Математический аппарат анализа показателей привлекательности предприятия на основе нечеткой логики</i>	80
Савон Р.Л. <i>К вопросу управления вексельным оборотом на промышленном предприятии</i>	83
Горяинов А.Н. <i>Проблемные вопросы работы автотранспорта в логистической системе</i>	88

*Когда наука достигает какой-либо
вершины, с нею открывается
обширная перспектива
дальнейшего пути.
С. У. Вавилов*

Механизм регулювання економіки

ПРИНЦИПИ ТА СТРУКТУРА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПРОМИСЛОВИМ ВИРОБНИЦТВОМ У РЕГІОНІ

УДК 332.14

Гриньова В.М.

Регіональний розвиток здійснюється з урахуванням нових задач, обумовлених такими змінами:

після досягнення незалежності України принципово змінилося і становище її регіонів;

забезпечення загальнонаціональних проблем вимагає розширення прав та повноважень регіонів;

особливої уваги заслуговують інтеграційні процеси, що забезпечує економічну єдність України, її цілісність;

розвиток регіонів відбувається в умовах порушення господарських зв'язків з країнами ближнього і далекого зарубіжжя, а також усередині країни;

виникнення нових завдань у зв'язку зі зміною економічної системи і переходом до ринкових відносин.

У зв'язку з цим варто зупинитися на державній регіональній політиці України, яка в тривалій перспективі повинна базуватися на таких основних принципах:

1) пріоритет загальнонаціональних інтересів;

2) урахування особливостей регіонів, вирівнювання їхніх рівнів соціально-економічного розвитку;

3) соціальна справедливість, забезпечення всім регіонам рівних умов розвитку;

4) забезпечення законності і стабільності в розподілі владних повноважень між центром та регіонами;

5) ресурсне забезпечення проведення державної регіональної політики;

6) створення системи регіонального управління.

У прийнятому в 1997 році Законі України "Про місцеве самоврядування в Україні" місцеве самоврядування розглядається як гарантоване державою право і як реальна здатність населення будь-якої території самостійно або під відповідальність органів посадових осіб вирішувати питання місцевого значення в рамках Конституції і законів України. Матеріальною і фінансовою основою місцевого самоврядування є рухоме і нерухоме майно, прибутки місцевих бюджетів, позабюджетні цільові (у тому числі й валютні) кошти, земля, природні ресурси, що знаходяться в комунальній власності міст, районів, сіл тощо.

Відносини органів місцевого самоврядування з підприємствами, установами й організаціями, що створюються в комунальній власності відповідних територіальних органів, будуються на основі їхньої підлеглості, підзвітності і підконтрольності цим органам. Право комунальної власності припускає право органів управління території володіти; вміло, ощадливо, ефективно використовувати; розпоряджатися за своїм розсудом і в своїх інтересах майном, що належить їм як безпосередньо, так і через органи місцевого самоврядування. Для підприємств, які

не є комунальною власністю, взаємозв'язок будується на договірній і податковій основах, а також у рамках повноважень, наданих органам місцевого самоврядування законом.

В умовах переходу до ринкових відносин і повної самостійності підприємств виникає необхідність здійснення принципу керівництва без втручання в їхні справи. Таке керівництво підприємствами в регіоні можливе шляхом створення системи обмежень, заохочень і пільг для забезпечення необхідних перетворень і результатів. Проте тут виникають деякі труднощі:

відсутність досвіду такого керівництва;

необхідність і неминучість перехідного періоду до ринку, заснованого на різноманітті форм власності, самофінансуванні і самоврядування регіонів, справжній самостійності підприємств.

Отже, управління розвитком промислового виробництва в рамках регіону повинно забезпечувати реалізацію беззаперечної ув'язки ефективної діяльності промислових підприємств і ресурсів та самоокупності і самоврядування регіону. Управління регіоном будується на принципах ієрархічного управління.

Якісний аналіз процесів розвитку промислового виробництва в регіоні може бути проведений на основі використання міждисциплінарної науки синергетики, основним якісним поняттям якої є самоорганізація. Особливість синергетичного підходу полягає в переносі взаємодії елементів (підсистем) складної системи на зовнішні ефекти, які породжуються структурними змінами. Такі зовнішні ефекти, що прийнято називати синергетичними (або кооперативними), дозволяють здійснювати упорядкованість, цілеспрямованість поведінки складної системи при відносній хаотичності поведінки окремих елементів (підсистем). При цьому системам, що розвиваються, з одного боку, властива сталість структури, а з іншого — втрата стійкості, що обумовлює руйнацію однієї і створення іншої стійкої структури, тобто перехід кількісних змін у якісні — до нового циклу. Наслідком такого циклічного розвитку є незворотність — неможливість переходу від знову утвореної до старої зруйнованої структури.

У процесі розвитку промислових підприємств відбувається певна стандартизація, уніфікація утвореної структури і функцій системи, що ілюструється різноманітними моделями.

Регіональна концепція управління розвитком промислового виробництва обумовлює необхідність взаємозв'язку і взаємозалежності його потреб і інтересів у результаті цілеспрямованого здійснення виробничо-господарської діяльності промислових підприємств. При цьому необхідне забезпечення матеріальної зацікавленості і відповідальності регіональних органів управління за ефективне функціонування підприємств і регіональне використання матеріальних, трудових і фінансових ресурсів.

Критерієм ефективності такої схеми управління є порівняння результатів виробничо-господарської діяльності промислових підприємств з витратами, пов'язаними з відшкодуванням витрачених ресурсів і обсягом споживання товарів (послуг) проживаючого в регіоні населення. Слід зазначити, що потреби регіону в різноманітних видах товарів (послуг) повинні встановлюватися на основі комплексного маркетингового дослідження ринку й управління промисловими підприємствами з використанням стратегії маркетингу.

Необхідно зауважити, що в концепції особлива увага приділена інвесторам, тому що при розгляді регіональної системи управління розвитком промислових підприємств варто врахувати таку важливу складову, як інвестиційна політика. Регіональний аспект цієї політики стає істотною, принциповою і постійною частиною державної інвестиційної політики. Це обумовлено тим, що остання не може вирішувати тільки територіально-галузеві проблеми, тому що існують ще й загально регіональні проблеми, які потребують централізованих інвестицій. Так, у Харківському регіоні висока питома вага підприємств військово-промислового комплексу, яким потрібні цільові державні кошти для реконструкції і диверсифікації виробництва.

Серйозний спад виробництва, що відбувся в останні роки, знизив рівень промислового розвитку й обумовив надлишки трудових ресурсів. Вирішення цих проблем також потребує різноманітних активних форм державної інвестиційної підтримки. Такими формами можуть бути: надання субсидій, встановлення режиму пільгового кредитування, пільгового оподаткування, використання прискореної амортизації та ін. При цьому необхідно використовувати такі прямі і цільові інвестиції, що стимулюють проми-



слове виробництво. Здійснюючи фінансування за рахунок централізованих джерел капіталовкладення, важливо визначити економічну ефективність, швидкість окупності і віддачі інвестиційного проекту.

Необхідна розробка регіональних інвестиційних програм, основні цілі яких зводяться до такого:

виявлення ролі і значення певної інвестиційної програми у створенні нових і реорганізації діючих виробництв. Причому такі виробництва повинні оперативіно реагувати на зміни ринкового попиту в регіоні, а також торгувати високоякісними конкурентноспроможними вітчизняними товарами;

визначення значення програми у формуванні ринку капіталів, робочої сили та ін.

Основними джерелами фінансування таких програм можуть бути:

розвиток іпотечних відносин, що включають надання кредитів під заставу майна, що не піддається різким інфляційним змінам (устаткування, нерухомість, земля і т.д.);

випуск муніципальних позик;

прибутки від приватизації державного майна;

залучення іноземних інвестицій, забезпечуючи реальні гарантії для іноземних інвесторів.

Інвестиційна політика повинна сприяти підтримці стабілізації соціально-економічної обстановки в регіоні, здійсненню прогресивних структурних перетворень і підсиленню соціальної спрямованості розвитку промислового виробництва.

Важливою складовою частиною регіональної системи управління розвитком промислових підприємств є продумана стратегія науково-технічного розвитку. Як показав аналіз, рівень науково-технічного розвитку в Харківському регіоні низький. З метою усунення сформованої ситуації основними завданнями є:

вивчення та аналіз науково-технічного розвитку промислових підприємств, виявлення його специфіки і проблем;

визначення пріоритетів науково-технічного прогресу на основі аналізу і прогнозування;

розвиток науково-технічного потенціалу у відповідності з установленими пріоритетами;

визначення напрямків інвестиційної діяльності; створення сприятливих умов для інновацій;

підвищення конкурентоздатності промислової продукції;

досягнення високого життєвого рівня населення регіону;

розробка інноваційних ресурсосбережувачих, екологічно чистих технологій.

Відомо, що до екокризових регіонів України належить і Харківський регіон. За оцінкою Міжнародного інституту менеджменту навколишнього середовища (Швейцарія), рівень екологічної шкоди в Україні складає 15 – 20 відсотків валового національного продукту і є одним із найвищих у світі [3]. Це обумовлює необхідність формування маловідходних територіально-виробничих комплексів (за принципом замкненого технологічного циклу), рециркуляції природних ресурсів, впровадження перспективних природозберігаючих технологій.

Нові умови господарювання обумовлюють вимогу прямої залежності соціально-економічного розвитку регіону від ефективності підприємств, що знаходяться на його території, і тому роблять більш активним вплив органів місцевого самоврядування на науково-технічний розвиток цих підприємств і реалізацію таких функцій управління, як координація, облік, контроль, прогнозування технічної досконалості виробництва.

Об'єднання всього переліку проблем, необхідних для постійного розвитку промислових підприємств, ефективного управління ними, є завданням складним. Їх розв'язання може бути здійснене на основі прогнозування, що підвищує наукову обґрунтованість планів регіонального розвитку і посилює їхню роль в умовах місцевого самоврядування. Об'єктом прогнозування при цьому є процеси розвитку промислових підприємств регіону і, зокрема, соціально-економічні показники.

Прогнозування соціально-економічного розвитку промислових підприємств регіону повинно ґрунтуватися на:

аналізі соціальних, економічних і організаційно-технічних процесів;

оцінці ситуації, що склалася;

оцінці дії виявлених тенденцій у майбутньому;

передбаченні нових проблем;

розробці можливих альтернатив розвитку.

При цьому можуть встановлюватися прогнози чисельності і структури трудових ресурсів; розвитку науки і техніки; розвитку галузей промисловості, складу і технічного рівня продукції,



що випускається ними; динаміки промислового виробництва і його структурних зрушень; соціальні; економічні та ін.

Необхідним у процесі моделювання є вибір і обґрунтування чинників, що суттєво впливають на соціально-економічний розвиток промислових підприємств і якість прогнозів. Серед них можна виділити: вплив науково-технічного прогресу на зміну характеру їхнього розвитку; стабільність розвитку підприємства (освоєння, стабільне функціонування, старіння); природні умови; зміну масштабів виробництва і зовнішніх умов функціонування промислових підприємств; чинник часу, що обумовлює неоднорідність і нестабільність процесу розвитку.

Процес прогнозування розвитку промислових підприємств регіону складний. Проводяться дослідження, що дозволяють встановити цілі розвитку підприємства, які можуть бути реалізовані у вигляді певних науково-технічних розробок і рівень яких повинен відповідати рівню розвитку науки і техніки в майбутньому періоді їх функціонування. Паралельно проводяться дослідження ринків сировини і матеріалів, праці, капіталу та ін.

На підставі результатів проведеного дослідження встановлюються шляхи досягнення поставлених цілей, необхідні терміни і потреба в усіх видах ресурсів для реалізації альтернативних шляхів досягнення результатів з метою вибору згодом найбільш раціонального з них. Необхідною умовою є перевірка відповідності наявних матеріальних, трудових і фінансових ресурсів потрібним, тому що у випадку невідповідності підприємству необхідно здійснювати їх додатковий пошук, що веде до зростання витрат. Такі кроки полягають у розробці організаційно-технічних заходів, реалізація яких сприяє досягненню цілей розвитку підприємства. На основі кількісної і якісної оцінок усіх необхідних елементів процесу прогнозування та перевірки їхньої відповідності здійснюється вибір найбільш раціонального варіанта розвитку підприємства на прогнозований період. Формулювання можливих варіантів, їх оцінку варто проводити експертам, що мають відповідний рівень знань і кваліфікації, з огляду на те, що метою прогнозування науково-технічного розвитку промислових підприємств регіону є підвищення ефективності їх діяльності.

З точки зору соціального розвитку підприємств, головною метою є поліпшення умов і змісту праці промислово-виробничого персоналу, що може бути охарактеризоване показником скорочення чисельності робітників, зайнятих ручною і важкою фізичною працею, а також на ділянках з шкідливими умовами праці.

Екологічні результати можуть бути оцінені за допомогою показника зниження викиду шкідливих речовин в атмосферу та ін.

Реалізація викладеного алгоритму, забезпечення якості розрахунків і обґрунтувань повинні здійснюватися на достовірній інформації і високоефективних засобах її переробки. Крім того, його необхідно покласти в основу створення концепції регіональної системи управління розвитком промисловим підприємством, доповненої фінансово-економічними відносинами регіону з державою і підприємствами, між внутрішньовиробничими відносинами і відносинами елементів структурних ланок.

Глобальна мета регіональної системи управління полягає в підвищенні індексу людського розвитку, який впроваджений ООН у 1990 році і складається з трьох компонентів: довголіття, освіченості і життєвого рівня населення. Як свідчить офіційна статистика, значення усіх трьох компонентів в Україні низьке, і низька насамперед частка валового внутрішнього продукту, використовуваного на соціальні потреби. Це позначається негативно на параметрах соціальної інфраструктури, рівні освіченості і здоров'я населення. Підвищення індексу людського розвитку припускає, що регіональна система управління повинна ґрунтуватися на балансі прибутків і витрат з обліком забезпечення розвитку регіону, що включає формування, розподіл прибутку, а також аналіз і оцінку його використання.

Процес управління розвитком промислових підприємств здійснюється в умовах значної невизначеності, що обумовлює необхідність розробки відповідних методів прийняття рішень, заснованих на використанні різноманітних неформальних процедур. Обрана стратегія розвитку і процес її реалізації припускають врахування не тільки потенційного ефекту, а й можливих витрат, пов'язаних з усуненням дестабілізуючих чинників зовнішнього середовища. Врахування впливу таких витрат здійснюється шляхом включення

зворотного зв'язку в процесі розроблення стратегії. Це завдання вирішується шляхом використання адаптивної системи управління розвитком промислового виробництва регіону. Тому при розробці стратегії такої системи управління закладається значення очікуваного ефекту, обумовленого як різниця між потенційним ефектом і розміром втрат. Цей підхід доцільний при формуванні регіонального прибутку, коли обирається той варіант стратегії, що забезпечує максимальний розмір потенційного ефекту. При цьому стратегія задається як послідовність цільових станів, розподілених у часі. Оцінка втрат, що знижують розмір потенційного ефекту, може проводитися за допомогою імітаційного моделювання, в результаті якого можуть бути отримані статистично значимі оцінки показників, що характеризують ступінь впливу втрат на розмір регіонального прибутку.

Література: 1. Закон України "Про місцеве самоврядування в Україні". //ВВР. — 1997. — №24. — Ст. 170. 2. Хаген Г. Информация и самоорганизация. — М.: Мир, 1991. — 212 с. 3. Чумаченко М.Г. Проблеми регіонального самоврядування в Україні. //Економіка України. — 1993. — №6. — С. 3 – 13.

СУЧАСНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ЗАСІБ ПОКРАЩЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОЇ СКЛАДОВОЇ ПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА

УДК 658.8

Федорченко А.В.

Аналіз позитивних результатів функціонування української економіки, здобутих за останні періоди, переконливо засвідчив, що на сьогоднішньому етапі її розвитку необхідною є не просто реструктуризація відповідних галузей у традиційному розумінні цього процесу, а досягнення певної стабілізації економічної ситуації в країні, яка вимагає оновлення не тільки технологій підприємств базових галузей промисловості, а й систем управління ними взагалі. Внаслідок цього першочергового значення для підприємства набуває систематична цілеспрямована маркетингова діяльність, яка, в свою чергу, є інструментом стратегічного планування в складних умовах невизначеності зовнішнього ринкового середовища. Тому постійний моніторинг основних тенденцій розвитку останнього

стає запорукою оперативного використання потенційних можливостей та усунення відповідних загроз як внутрішнього, так і зовнішнього ринків. Причому це твердження набуває особливої ваги за умов здійснення українськими підприємствами зовнішньоекономічної діяльності, оскільки таким чином формується певні обмеження (або "правила гри").

Одним із таких факторів, який набув протягом останніх років надзвичайної вагомості у світі, був **екологічний фактор**. Внаслідок цього виник **екологічний маркетинг** — одна з найголовніших функцій екологічного менеджменту підприємства, — необхідність наявності якої в традиційних структурах управління почали розуміти лише останнім часом.

Іншою функцією екологічного менеджменту підприємства став **екологічний аудит** — ринково орієнтований вид діяльності, що проводиться на договірних засадах незалежними професійними екологічними аудиторами з участю управлінського персоналу підприємства.

Причому, якщо за допомогою екоаудиту проводиться систематична самоперевірка підприємства щодо зміни граничних емісій виробництва, то за допомогою екологічного маркетингу — розрахунки оптимальної екологічної складової ціноутворення одиниці продукції. Подібне оновлення управлінських функцій, збільшення їх аналітичного та процедурного обсягу є підтвердженням тези про необхідність реструктуризації управління підприємством, переходу на нові системно-екологічні методи управління [1].

Пояснити, чому підприємства почали витратити значні кошти на проведення зазначених вище заходів, можна загостренням конкуренції, наявністю та швидким розповсюдженням найсучасніших технологій і, як наслідок, втратою тривалих конкурентних переваг від виробництва нової продукції. Як результат, у розвинутих країнах виникла концепція підвищення якості життя, що пропагує перехід від споживання великої кількості відносно дешевої і менш якісної продукції до споживання високоякісної.

Все це також зумовило перенесення уваги з цінових характеристик продукції на її якісні характеристики у найширшому їх розумінні: якість використаної при її виробництві сировини, технологій, методів управління; мінімізацію впливу на довкілля тощо. Виникло таке загальновідоме поняття, як маркетингова "петля якості", у якій знайшли своє відображення зазначені тенденції [2, с. 46]. Але всі вони повною мірою увійшли до різних версій міжнародної системи стандартів ISO серії 9000, використання якої стало перепусткою до виходу на ринки розвинутих країн.

На сьогоднішній день цю практику успішно використовують провідні вітчизняні торгові марки при завоюванні як внутрішнього, так і зовнішніх ринків близького та далекого зарубіжжя. Причому якщо спочатку серед них переважали підприємства харчової промисловості (наприклад, такі відомі тор-

гові марки, як "Оболонь", "Миргородська", "Союз Віктан"), то сьогодні можна стверджувати, що до цього процесу долучилися і підприємства базових галузей економіки України. Для прикладу можна навести Криворізький державний гірничо-металургійний комбінат "Криворіжсталь", на якому розпочато сертифікацію систем менеджменту якості виробництва деяких видів кінцевої продукції за стандартами ISO серії 9000.

Наведені приклади, на думку автора, пояснюють, чому вплив технологічного середовища на підприємство та суспільство в цілому став важливим чинником успіху або невдачі фірми. Адже саме існування макросередовища як такого тісно пов'язане з певним рівнем розвитку технологій, оскільки за рахунок цього, у кінцевому випадку, на макrorівні здійснюватиметься вплив на доходи населення, систему оподаткування, ціни, а також на бажання споживачів витратити гроші. Такі рівні розвитку технологій пов'язані з забезпеченням механічних, фізичних та ряду інших процесів, які дозволяють споживачам досягати високих рівнів стандартів життя, дозволяючи відпочивати протягом більшого проміжку часу.

Але такий процес може мати і зворотній бік, викликаючи цілий ряд суспільних проблем. Хоча сама собою виробнича технологія є нейтральною, проте важливим є характер її застосування та можливі його наслідки. Тому діячам ринку потрібно враховувати вплив технологій і на маркетингові заходи, оскільки це безпосередньо впливає на типи товарів, які реалізуються на ринку. До того ж останнім часом маркетологи мають все більше можливостей охоплення потенційних споживачів засобами маркетингових комунікацій для збільшення їхньої прихильності до менш дорогих товарів більш тривалого терміну використання, які також є наслідками певних технологічних інновацій у виробничих процесах та матеріалах.

Все це дає змогу констатувати загальний напрямок розвитку сучасних технологій: від забезпечення більшої споживчої цінності кінцевого продукту, підвищення загального рівня життя споживачів до забезпечення сталого розвитку суспільства в цілому. В свою чергу останнє неможливе без постійного вдосконалення промислових виробництв та зменшення їх негативного впливу на стан довкілля.

Але виконати таке завдання буде дуже важко, якщо не брати до уваги необхідність постійного технологічного вдосконалення промислового виробництва. Такий процес досить часто визначають як процес "підвищення технологічної межі виробництва", який представлено на рис. 1 [3, с.148]. Ми вважаємо, що за його допомогою стає можливим підтвердити тезу про те, що за умов сучасного розвитку промислових технологій основою отримання конкурентних переваг є лише така модернізація виробництв, при якій досягається оптимальне зниження загальної виробничої собівартості одиниці продукції при оцда-

льному використанні наявних ресурсів та обмеженні шкідливого впливу на стан довкілля. На рисунку це зображено переходом від точки A_1 до A_2 та загальним зміщенням кривої технологічної межі виробництва.

З іншого боку, необмірковані витрати у сфері технологічного вдосконалення виробництва можуть призвести до зростання загальних виробничих витрат на одиницю кінцевої продукції, що, наприклад, навіть в умовах обмеження негативного впливу на стан довкілля змусить "знизити" позиції підприємства на кривій технологічної межі виробництва (зсув від точки B_1 до B_3) або навіть спричинити його банкрутство.

Отже, якщо не звертати уваги на такі тенденції, то підприємство може опинитися далеко позаду передових технологічних позицій своєї галузі, спричиняючи, таким чином, навіть при загальних низьких виробничих витратах надзвичайно негативний вплив на стан довкілля. На рисунку це представлено точкою C . Саме це підкреслює необхідність загальної оптимізації завдання урівноваження зазначених витрат виробництва в галузі охорони довкілля.

Хотілося б також наголосити на тому, що подібні витрати матимуть тенденцію до зменшення у тривалій перспективі як внаслідок суто технологічного покращення певного промислового виробництва, так і внаслідок підвищення загальної конкурентоспроможності підприємства за рахунок завоювання його продукцією вагоміших ринкових позицій.

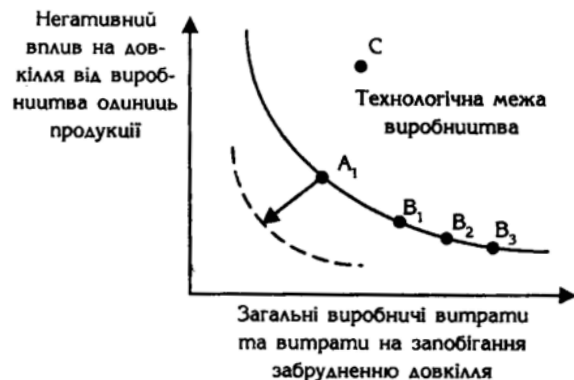


Рис. Взаємозалежність між технологічною межею виробництва та станом довкілля

Досвід розвинутих країн світу переконливо свідчить, що емісія викидів шкідливих речовин може бути знижена трьома основними засобами:

- 1) впровадженням більш екологічних технологій, включаючи встановлення різного очисного обладнання, модернізацією виробництва;
- 2) переходом на нові методи виробництва та створенням маловідходних технологій;
- 3) скороченням обсягів шкідливого для довкілля виробництва.

Здійснення таких заходів є важливою передумовою для входження вітчизняних підприємств до між-

народної системи якості, що, як уже зазначалося раніше, є перепусткою на зовнішні ринки розвинутих країн світу. Крім цього, очевидні також і інші економічні стимули для виваженого проведення подібних заходів. Серед головних із них варто назвати наступні:

зменшення собівартості готової продукції внаслідок переходу на споживання більш дешевих видів сировини, загального зменшення ресурсо- та енергомісткості виробництва;

зменшення витрат на розміщення та утилізацію промислових відходів;

зменшення виплат працівникам підприємства за втрату працездатності внаслідок шкідливих умов виробництва;

зменшення сум штрафів за перевищення нормативних обсягів промислових викидів у довкілля.

Не варто також забувати і про загальне покращення екологічної ситуації в країні, що, з точки зору маркетингу, можна розглядати як задоволення базових потреб людей у безпеці та здоровому довкіллі. З цього приводу, за думкою автора, варто також акцентувати увагу на тому, що поліпшення технологічної складової певного промислового виробництва і отримання наведених позитивних наслідків нагає можливість для розробки і впровадження комплексних програм зв'язків з громадськістю на основі більшої відкритості та прозорості діяльності підприємства і покращення його іміджу. Ця нова сфера застосування концепції маркетингового управління підприємством ще недостатньо розроблена у вітчизняній економічній літературі, проте саме в цьому ми вбачаємо вагоме значення маркетингу для перспектив покращення технологічної складової як окремого промислового підприємства, так і відповідної галузі взагалі.

Література: 1. Шевчук В.Я., Саталкін Ю.М., Навроцький В.М. Модернізація виробництва: системно-екологічний підхід. — К: СИМВОЛ-Т, 1997. 2. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика: Навчальний посібник. — К.: КНЕУ, 1997. — 156 с. 3. Mining and the Environment. International Perspectives on Public Policy /Ed. by R.G. Eggert. — Washington D.C.: Resources for the Future, USA, 1994. — p. 136.

ФОРМУВАННЯ ПОРТФЕЛЯ ВКЛАДЕНЬ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ

УДК-336-71

Перешибкін М.М.

Здійснення багатьох активних операцій комерційних банків України відбувається через формування відповідної структури портфелів їх вкладень. Але підвищена частка позичок в активах банку призводить до погіршення його ліквідності.

Тому з метою зниження ризику втрат необхідний поглиблений аналіз портфеля вкладень комерційного банку з погляду ліквідності, прибутковості позичок та їх диверсифікованості.

Втім слід зазначити, що задача формування та розподілу банківських ресурсів багатокритеріальна і визначається безліччю показників ефективності. Поряд з цим ця велика кількість показників ефективності утворює певну множинність, яка враховує як особливості окремих видів вкладень комерційного банку (кредитних, інвестиційних, інноваційних тощо), так і їхні загальні властивості. Однак наявність такої безлічі показників ефективності обумовлює не тільки визначення найбільш вагомих із них, а й застосування підходів, які враховують купу різних показників, що особливо потрібні при формуванні портфеля. Інакше кажучи, при розгляді питань стосовно формування портфеля вкладень комерційного банку необхідно розглядати їх, по-перше, разом з задачами і цілями банківського менеджменту, по-друге — з задачами забезпечення і підтримки певної ліквідності, платоспроможності і прибутковості як окремих банківських операцій, так і банку в цілому.

Формування портфеля вкладень комерційного банку, як складової частини банківського менеджменту, також визначається низкою кількісних та якісних показників; урегульованістю діяльності банку з боку держави, що полягає у встановленні Національним банком для комерційних банків ряду економічних нормативів.

Тобто кожен із показників загальної множини ефективності формування портфеля вкладень комерційного банку може мати свою розмірність, що потребує відповідних процедур узгодження для визначення деякої загальної величини, або розробки низки окремих підходів до формування портфеля, де на кожному етапі, згідно з своїм критерієм ефективності, вирішується окреме завдання. Однак вирішення задачі формування портфеля вкладень комерційного банку з точки зору узгодженого взаємозв'язку ліквідності та прибутковості обумовлює визначення пріоритетних напрямків і сегментів ринку для проведення його активних операцій; адаптивне регулювання попиту на банківські послуги; оптимальне використання банківських ресурсів для проведення відповідних операцій; мобільну стратегію визначення рівня кредитних і депозитних ставок.

Таким чином, схему формування портфеля вкладень банку доцільно представити у вигляді схеми управління зі зворотним взаємозв'язком (рис. 1).

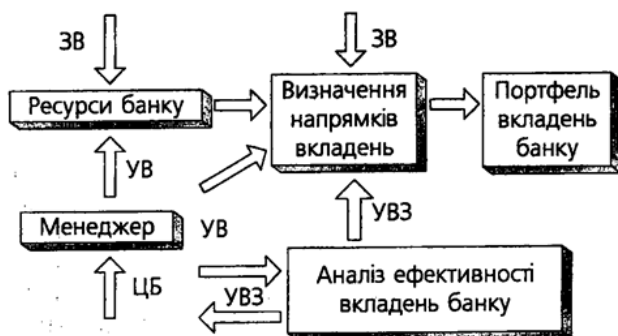


Рис. 1. Схема формування портфеля вкладень комерційного банку

Під поняттям "менеджер" тут розуміється весь комплекс організаційно-технічних заходів, пов'язаних з прийняттям рішень про проведення певних банківських операцій; ЦБ – ціль управління банком, зокрема досягнення визначеного рівня прибутковості при заданому рівні ліквідності, на основі якої здійснюється формування портфеля вкладень комерційного банку; УВ – управляючий вплив; ЗВ – зовнішні впливи, які в цілому діють на всю систему формування портфеля банку й обумовлюють адаптивне регулювання; УВЗ – управляючий вплив зі зворотним зв'язком, що формується виходячи з цілей банку і наявних зовнішніх впливів на даному часовому інтервалі.

При цьому при розробці управляючих впливів, спрямованих на забезпечення достатньої ліквідності та прийнятного рівня прибутковості варто враховувати, що для переважної більшості комерційних банків кредитні операції в загальному портфелі вкладень банку займають домінуюче положення [1]. Втім скрінінг активних операцій банку повинен бути якнайтісніше пов'язаним з інвестиційним перерозподілом вільних ресурсів на грошових ринках і ринках капіталів з метою створення й одержання чистих вигід у майбутньому [2]. Іншими словами, портфель вкладень комерційного банку з деякою часткою вірогідності можна представити у вигляді об'єднання двох частин, одна з яких є підмножиною безлічі кредитних вкладень банку, а друга – підмножиною безлічі інвестиційних вкладень. Отже, розв'язання поставленої задачі знаходиться в площині оптимального сполучення вибору складових частин портфеля. Проте більшість дослідників вирішують цю задачу з точки зору забезпечення більшої дохідності портфеля [2, 3].

Для цього вводиться на розгляд прибутковість кредитної та інвестиційної складової частини портфеля [3]:

$$d^1 = \frac{Q_1^1 - Q_0^1}{Q_0^1}, \quad (1)$$

$$d^2 = \frac{Q_1^2 - Q_0^2}{Q_0^2}, \quad (2)$$

де d^1 – прибутковість кредитної складової портфеля банку;

d^2 – прибутковість інвестиційної складової портфеля банку;

Q_0^1 – сукупна вартість кредитної складової портфеля в момент часу: $t = 0$;

Q_1^1 – сукупна вартість кредитної складової портфеля в момент часу: $t = 1$;

Q_0^2 – сукупна вартість інвестиційної складової в момент часу: $t = 0$;

Q_1^2 – сукупна вартість інвестиційної складової в момент часу: $t = 1$.

Тоді, відповідно до теорії формування портфеля Г. Марковіца, загальна прибутковість портфеля визначається за допомогою співвідношень [3]:

$$d = \frac{Q_0^1}{Q_0} \times d^1 + \frac{Q_0^2}{Q_0} \times d^2, \quad (3)$$

або

$$d - \frac{\lambda \times Q_0^2}{\lambda \times Q_0^2 + Q_0^2} \times d^1 + \frac{Q_0^2}{\lambda \times Q_0^2 + Q_0^2} \times d^2, \quad (4)$$

де d – прибутковість портфеля банку;

λ – відбиток залежності величини вартості між складовими портфеля;

Q_0 – сукупна вартість портфеля банку в момент часу: $t = 0$, що дорівнює сумі сукупних складових частин портфеля банку:

$$Q_0 = Q_0^1 + Q_0^2. \quad (5)$$

Потім аналізується залежність зміни прибутковості портфеля банку від співвідношення прибутковості його складових частин. Однак при такому аналізі, на думку автора, варто враховувати й ліквідність проведення операцій, які складають ту чи іншу частинну порт-

феля. Якщо прибутковості складових частин портфеля банку однакові –

$$d^1 = d^2, \quad (6)$$

то прибутковість портфеля банку дорівнює сумі прибутковості складових частин. Тобто переважаючим у цьому випадку при формуванні портфеля банку є вибір найбільш ліквідних операцій кредитування й інвестування. Якщо прибутковості складових портфеля комерційного банку частин різні –

$$d^1 \neq d^2, \quad (7)$$

то, як показує аналіз виразу 4, значення прибутковості портфеля банку d тяжіє до значення прибутковості тієї з складових частин портфеля, питома вага вартості якої збільшується. Отже, для забезпечення заданого рівня ліквідності, наприклад, можна поступитися прибутковістю меншої частини портфеля. Якщо цього недостатньо, то необхідна диверсифікованість за рівнями ліквідності тієї частини портфеля комерційного банку, що має більш питому вагу. При цьому варто враховувати, що диверсифікованість кредитів дає ефект не тільки за рахунок того, що ймовірність погіршення якості кредитів пов'язана з негативними економічними подіями. Додатковий ефект виникає за рахунок зниження ймовірності перевищення критичного рівня частки прострочених кредитів у результаті випадкового збігу обставин.

З практичної точки зору наслідком цієї закономірності є те, що при однаковій якості управління кредитними ризиками у великому та малому банку ризик кредитування, з погляду втрати банком фінансової стійкості, в дрібному банку набагато вище. Рациональна стратегія формування кредитно-інвестиційного портфеля малого банку в такому випадку передбачає за інших рівних умов або меншу, ніж у великому банку, частку кредитів в активах, або навіть скорочення кредитування. У тих же умовах великий банк може дозволити собі менш ліквідну структуру активів, максимально використовуючи наявні в розпорядженні банку резерви. Додаткова перевага великих банків полягає також у тому, що вони можуть собі дозволити кредитувати підприємства на більш тривалі терміни. Така можливість виникає в результаті того, що найбільші банки мають доступ до порівняно більш довгострокових ресурсів, таких як депозити населення, кредити нерезидентів.

Таким чином, з сказаного раніше випливає, що у випадку, якщо найбільшу питому вагу має кредитна складова портфеля, доцільно враховувати ймовірність неповернення виданих кредитів.

Припустимо, що банк видає взаємно незалежні кредити однакового розміру (іншими словами, видача певного кредиту не пов'язана з видачею якого-небудь іншого кредиту), ймовірність неповернення яких дорівнює p і нижче гранично припустимої частки V прострочених кредитів у портфелі банку. Тоді якщо банк видав k кредитів, то ймовірність того, що v кредитів виявляться не повернутими, задовольняє нерівності:

$$P\left(\left|\frac{v}{k} - p\right| < \varepsilon\right) \geq 1 - \frac{p(1-p)}{k\varepsilon^2}, \quad (8)$$

де ε – рівень резервів, які банк тримає під свої зобов'язання.

Проаналізуємо тепер підхід відносно формування портфеля комерційного банку з огляду на ліквідність та ризик проведення активних операцій. Для цього необхідно розглянути взаємозв'язок прибутковості та ризику портфеля, а також прибутковості та ліквідності.

Формування портфеля комерційного банку в залежності від прибутковості і ризику проведення окремих груп активних операцій проводиться за допомогою кривих байдужості (рис. 2).

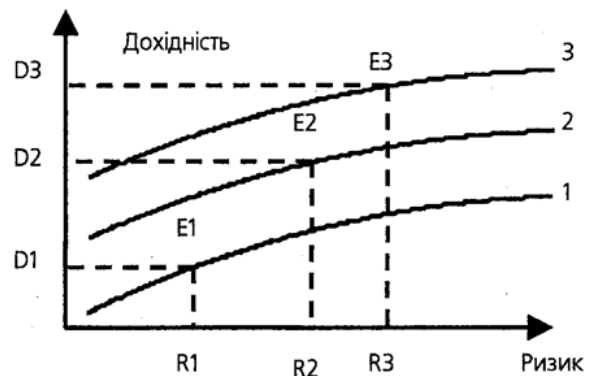


Рис. 2. Зміна дохідності та ризику портфеля банку

Як видно з рис. 2, якщо задані деякі припустимі рівні ризику (R_1, R_2, R_3) або дохідності (D_1, D_2, D_3) проведення активних операцій, найбільш ефективним буде портфель, який сформовано з активних операцій, позначених точками E_1, E_2, E_3 .

У той же час при виборі напрямків вкладення ресурсів варто враховувати також взаємозв'язок ліквідності та прибутковості проведення певних активних операцій, який має зворотну залежність. При цьому будемо вважати, що прибутковість проведення активної операції корелює з ризиком, тобто активні операції, які мають однакову при-

бутковість, мають і однакову ризикованість. Іншими словами, аналіз ліквідності та прибутковості проведення активних операцій проводиться для одного і того ж рівня ризикованості.

Таким чином, виходячи зі сказаного, можна при формуванні портфеля комерційного банку сформулювати деякий узагальнений показник, який, виходячи з взаємозв'язку ліквідності та ризику проведення активної операції, визначає вибір напрямків. На думку автора, такий показник можна представити в наступному вигляді:

$$\beta = \frac{l}{r}, \quad (9)$$

де l — рівень ліквідності проведення активної операції,

r — рівень ризику проведення активної операції.

Тоді чим більший показник β , тим переважніша та більш доцільна активна операція (з погляду домінуючого критерію — ліквідності). Проте введене вище обмеження на взаємозв'язок ліквідності, прибутковості та ризикованості проведення активної операції не обмежує спільності міркувань, що видно з формули 9. Таке обмеження необхідно лише для простоти графічного відображення.

Пояснимо сказане за допомогою рис. 3, на якому представлені залежності ліквідності та прибутковості при проведенні двох різних груп активних операцій. Припустимо, що задана деяка прибутковість D , тоді природним з погляду оптимальної ліквідності є вибір тієї активної операції, що відповідає точці 2 (див. рис. 3). Аналогічний результат ми одержимо, застосовуючи формулу 9 та сформульовану умову вибору активної операції, тому що в даному випадку значення ризику проведення активних операцій однакове, а рівень ліквідності для точки 2 — вище.

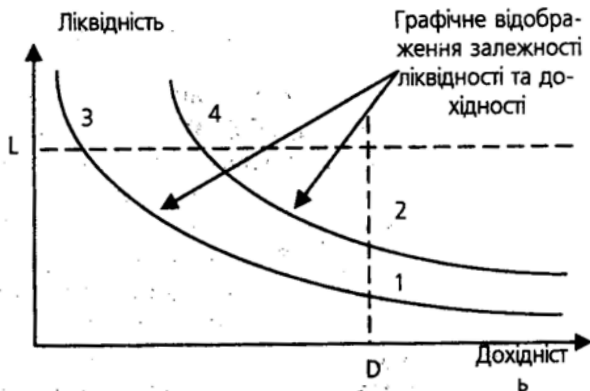


Рис. 3. Графічне пояснення взаємозв'язку ліквідності та ризику проведення активної операції

У випадку однакової ліквідності L маємо дві точки: 3 і 4. При цьому в точці 4 прибутковість проведення активної операції вища, отже, у загальному випадку вищий і ризик проведення цієї операції, що може, в кінцевому рахунку, вплинути з часом на ймовірність ліквідності операції. Таким чином, з погляду ймовірності ризику ліквідності, переважнішою є активна операція, що відповідає точці 3. Аналогічний результат виходить і при використанні формули 9 та сформульованої умови вибору активних операцій.

Крім того, на думку автора, аналіз ліквідності та платоспроможності комерційного банку повинен відповідати вимогам системного та комплексного підходів, тому що досліджуються різні фактори, аналізуються всі складові балансу. Для цих цілей автор пропонує проводити попередній аналіз ліквідності та платоспроможності банку у вигляді нерозривного ланцюжка, основними ланками якого повинні бути: аналіз основних нормативів платоспроможності та ліквідності; аналіз структури балансу і його складових частин; облік факторів, які безпосередньо або опосередковано впливають на ліквідність та платоспроможність; наочність уявлення результатів аналізу.

Вирішення останньої задачі ланцюжка аналізу ліквідності та платоспроможності можна зробити на основі побудови графіків різних перетинів аналізованих показників. З цією метою в деякому просторі факторів, які істотно впливають на аналізований показник, будується відповідна залежність та будується її відповідна проекція.

У висновку відзначимо, що на сучасному етапі розвитку економічних відносин в Україні, при формуванні кредитно-інвестиційного портфеля банку має сенс дотримуватися, на думку автора, наступних рекомендацій: виходячи з того, що для багатьох банків переважною в їхньому портфелі є кредитна складова, певну увагу необхідно приділяти наданим кредитам; для визначення рівня прибутковості портфеля банку доцільно застосовувати формули 3 і 4; для аналізу ймовірності неповернення виданих кредитів доцільно застосовувати формулу 8; як узагальненим показником при визначенні напрямків формування ліквідного портфеля комерційного банку доцільно користатися співвідношенням 9.

Література: 1. Бюллетень НБУ. — 2001. — №1 — 9. 2. Васоренко О.В. Современные методы управления банковскими ресурсами. — Харьков: Гриф, 1997. — 392 с. 3. Шарп У., Александер Г., Бейли Дж. Инвестиции. — М.: ИНФРА-М, 1999. — 1028 с.

ПРОБЛЕМЫ АМОРТИЗАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ УКРАИНЫ

УДК 658.2 (477)

Доценко Н.С.

Внедрение научно-технических разработок и повышение уровня инновационной деятельности возможны только при активизации инвестиционного процесса. Техника, основанная на принципиально новых технологических решениях, должна быть востребована производителями. Условием выполнения данного требования является наличие у предприятий соответствующих для этого финансовых ресурсов.

В последние годы в украинской экономике наметился рост инвестиций в основной капитал предприятий. Так, в 1999 г. по сравнению с 1997 г. они возросли в сопоставимых ценах на 1 073 млн. грн. (это составляет 9,2%), в 2000 г. — на 1 962 млн. грн. по сравнению с предыдущим годом (11,2%). Однако небольшой рост инвестиций ни в коей мере не может компенсировать огромного снижения их объемов в 1993 — 1998 гг. Также отметим, что уменьшение средств, направляемых на обновление материально-технической базы предприятий, происходило более высокими темпами, чем сокращение объемов производства (см. табл.) [1].

Таблица

Динамика нормы инвестиций
и инвестиций в основной капитал, %

Годы	Внутренний валовой продукт (1990 = 100%)	Инвестиции в основной капитал (отношение к объему 1990 г.), %
1991	90,1	89,8
1992	81,2	57,2
1993	72,3	50,8
1994	57,1	39,3
1995	49,8	29,1
1996	45,5	22,7
1997	44,9	21,0
1998	42,7	20,8
1999	43,2	24,6
2000	46,1	26,2

Систематическое недостаточное финансирование инвестиционных процессов привело к

тому, что средний возраст оборудования более, чем у половины предприятий промышленности, превышает 15 лет, а фактический срок его службы — более 30 лет. В 1999 — 2000 гг. основные фонды обновлялись лишь на 3% предприятий. В плачевном положении по-прежнему находятся базовые отрасли промышленности: электроэнергетика (свыше 73% предприятий со средним возрастом фондов более 15 лет); машиностроение (76%); металлургия (67%); химия и нефтехимия (66%) [2].

В такой отрасли, как электроника, где полное обновление производственных процессов происходит раз в 4 — 5 лет, доля предприятий с возрастом основных фондов свыше 15 лет составляет почти 70%, то есть отрасль отстает от зарубежных конкурентов на два технологических поколения. В электронной промышленности и металлургии в нашей выборке вообще отсутствуют предприятия с возрастом оборудования менее 3-х лет. Смена основных фондов отмечена лишь на отдельных предприятиях пищевой и экспортноориентированной добывающей отрасли промышленности.

В последнее время в обсуждении проблем инвестиционной политики основное внимание уделяется *приплыву свободных капиталов*. Тем временем в развитых странах, несмотря на значительные объемы сумм инвестиций, которые поступают в форме свободного капитала, основной объем инвестиций составляют собственные амортизационные фонды предприятий.

Показатели возрастного состава оборудования отечественных предприятий в 3 раза хуже аналогичных показателей в развитых странах, в которых существенную роль в обновлении и модернизации основного капитала играет такой внутренний источник, как амортизация. Компании в целях быстрого накопления средств для замены устаревшего оборудования используют механизм ускоренной амортизации, что позволяет им за половину нормативного срока службы оборудования списывать более 2/3 его первоначальной стоимости. Накапливая в первые годы эксплуатации оборудования крупные амортизационные средства, предприятия имеют ресурсы для непрерывного обновления производственного аппарата. Политика ускоренной амортизации создает компаниям условия для замены еще физически работоспособного, но морально устаревшего оборудования.

Однако в условиях роста цен на новые средства труда и наличия недостатков в оценке стоимости действующих имеет место относительное снижение объемов амортизационных отчислений. Занижение оценки стоимости основных фондов обусловлено несвоевременной и частичной их индексацией. Следует также подчеркнуть, что индексы роста цен в фондообразующей сфере были выше инфляции, что также усложнило условия воспроизводства основных фондов.

Следует указать, что в 1990 году структура капитальных вложений по форме приближалась к характерной для развитых стран. Так, в 1980 году 80% всех капитальных вложений были централизованными. Однако в 1990 году централизованные капитальные вложения в результате различных экономических экспериментов над предприятиями по предоставлению им самостоятельности и стимулированию составили 27%, капитальные вложения предприятий и организаций — 73%. При этом основную часть капитальных вложений самих предприятий составляли не их прибыли, а амортизационные отчисления.

С помощью норм амортизации государство регулирует скорость оборота основных производственных фондов, формирует объем ресурсов, необходимый для процесса интенсификации восстановления основных производственных фондов, через уровень норм амортизации и их дифференциацию проводит техническую и производственную политику, регулирует ускорение НТП на производстве и управление использованием трудовыми ресурсами.

Принятие закона Украины "О налогообложении прибыли предприятий" от 22.05.97 определило новое направление в государственной амортизационной политике.

В действующей государственной амортизационной политике можно выделить следующие направления:

объединение всех основных фондов в три большие группы и соответственное применение трех норм амортизационных отчислений — 5% для первой группы; 25% — для второй группы и 15% — для третьей. При этом основные фонды, попадающие под определение группы 1, учитываются пообъектно, а по основным фондам групп 2 и 3-ей учет ведется по балансовой стоимости этих групп в целом;

расчет амортизационных отчислений ведется по методу уменьшающегося остатка;

налогоплательщик может самостоятельно принять решение о применении ускоренной амортизации основных фондов группы 3 по установленным нормам.

Однако после принятия Верховной Радой Закона "Про внесення змін до Закону України "Про оподаткування прибутку підприємств" от 06.04.99 г. №568 отменяется централизация 10%-ных амортизационных отчислений и вводится коэффициент, который снижается до уровня норматива амортизационных отчислений и составляет 0,8. Фактически же вместо 10-процентного снижения амортизационных фондов предприятий они уменьшаются уже на 20%.

В законе вводится механизм пополнения бюджета за счет уменьшения амортизационных фондов и предусмотрено, что в бюджет перечисляется часть прибыли предприятий, которая составляет 30% от снижения амортизации.

Последствиями такой политики стало то, что регионы и города испытали от всех этих инноваций весьма существенные потери инвестиционных ресурсов. В Донецкой области за 1999 год было начислено в промышленном контексте 957,0 млн. грн. амортизации [3]. С учетом изъятия в бюджет 10% амортизации в I-ом квартале и снижения нормативов амортизации на 20% во II — IV-м кварталах область потеряла около 200 млн. грн. амортизационного фонда. В бюджет было перечислено около 30 млн. грн. амортизации и около 60 млн. грн. прибыли, которая была дополнительно получена вследствие снижения нормативов амортизации. Таким образом, Донецкая область потеряла в 1999 году минимум 90 млн. грн. собственных инвестиционных ресурсов, которые так необходимы для обновления основных производственных фондов в частности и для реструктуризации базовых отраслей промышленности в целом.

Экономическим рычагом амортизации и ее регулирования являются методы начисления амортизационных отчислений. Более того, метод расчета амортизации основных средств существенно влияет на прибыль, которая отражается в финансовой отчетности, а соответственно — и на решения, принимаемые пользователями финансовой отчетности. Поэтому для оценки системы амортизации, содержащейся в стандарте П(С)БУ

№7, рассмотрим методы амортизации, представленные в стандарте.

Предприятия могут начислять амортизацию основных средств, применяя следующие методы: прямолинейный, производственный, уменьшения остаточной стоимости, ускоренного уменьшения остаточной стоимости, кумулятивный. Кроме указанных методов, предприятие также может применять нормы и методы начисления амортизации, предусмотренные налоговым законодательством.

Следует отметить, что применение разрешенных П(С)БУ 7 налоговых методов начисления амортизации основных средств ведет к путанице понятий, используемых в бухгалтерском и налоговом учете. Это касается оснований для увеличения первоначальной стоимости основных средств, определения их групп (согласно П(С)БУ их две, а по налоговому законодательству — три), а также остаточной (балансовой) стоимости, переоценка которой не предусмотрена налоговым законодательством.

В соответствии с п. 28 П(С)БУ 7 метод амортизации основных средств выбирается предприятием самостоятельно с учетом ожидаемого способа получения экономических выгод от его использования. Избранный метод должен способствовать ускорению обновления основных средств, определению реальной величины прибыли, наилучшим образом учитывать все факторы, связанные с эксплуатацией объекта основных средств, и т.д.

Однако подробный анализ методов начисления амортизации приводит к мысли, что между некоторыми из них нет существенного различия как в теоретическом плане, так и по практическим результатам, что может быть основанием для их сокращения. Речь идет о методе ускоренного уменьшения остаточной стоимости по сравнению с методом просто уменьшения остаточной стоимости. Этот метод не полностью соответствует своему назначению и не гарантирует систематического полного списания стоимости объекта основных средств. Его использование обуславливает необходимость корректировки начисления амортизации в последние годы срока эксплуатации.

Исходя из всего сказанного выше можно сделать следующие выводы:

во-первых, в Украине не выработана амортизационная политика, которая дала бы возможность стимулировать использование одного из самых больших инвестиционных ресурсов;

во-вторых, отечественным и зарубежным инвесторам повсюду демонстрируется нестабильность и непоследовательность налогового законодательства;

в-третьих, уменьшение нормативов амортизации снижает не только инвестиционный капитал самих предприятий, а и их привлекательность для свободных капиталов.

Амортизационная политика должна стимулировать процесс обновления основных фондов, и амортизационный фонд должен расходоваться по своему прямому назначению, то есть как *реновационный*, а не расходоваться в направлениях, не соответствующих его экономическому содержанию.

В сегодняшних экономических условиях необходима гибкая система амортизационных отчислений. Требуется усовершенствования и механизма списания основных фондов. При современных технико-экономических отличиях отраслей и предприятий в середине отрасли целесообразна значительно большая дифференциация нормативов амортизации. Существует объективная возможность увеличения инвестиционных ресурсов за счет амортизации при введении такой системы.

Необходимо создать такую систему амортизации, которая бы дала возможность каждому предприятию выбирать наилучший для него режим воспроизводства основного капитала.

Литература: 1. Баюра Д. Помогите себе сам //Украинская инвестиционная газета. — 2001. — №31. — С. 7.
2. В.С. Михайлов, О.Р. Кряжівський Статистичні оцінки інвестиційної привабливості підприємств і організацій окремих регіонів, форм власності та галузей економіки України //Статистика України. — 2000. — №3. — С. 40.
3. Рейтинг міст та районів Донецької області за рівнем соціально-економічного розвитку за 1999 рік. — Донецьк: Донецьке облстатуправління. — 2000. — С. 19.

ЭТНОСОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ В УКРАИНЕ

УДК 316.74:82

Сасина Л.А.

В ходе социальной трансформации украинское общество переживает ценностно-нормативную аномию [1]. При этом особого внимания заслуживает этническая ситуация. Хотя межнациональные конфликты не приоб-

рели массового характера и ни одна из сколько-нибудь серьезных политических партий не выдвигает лозунги, провоцирующие национальную нетерпимость, тем не менее межэтнические отношения далеки от нормальных. В этой связи проблемы языка титульного этноса (даввшего название государству) в условиях совместного проживания множества этнокультурных общностей, межличностного и социального общения входящих в них индивидов являются весьма актуальными.

Этносоциологи все чаще задают вопросы: почему язык становится рычагом государственной политики? Какие функции языка учитываются при официальном определении его статуса? Каковы последствия принимаемых для общества решений культурно-этнических групп? Всегда ли государственный язык способствует межнациональному сплочению?

Развернувшаяся полемика по данным вопросам отражает состояние общественно-го сознания.

Среди этносоциальных факторов, влияющих на языковую ситуацию в Украине, наиболее существенными являются: многонациональный состав регионов, удельный вес урбанизации, уровень образования, степень распространения межнациональных браков, освоенности миграции.

Опросы общественного мнения еще раз подтверждают вывод о реальном двуязычии в Украине. Так, по данным Института социологии НАН Украины, в восточных регионах в первый год независимости на русском языке общались в семье 73% респондентов, а в 2000 г. — 81% [2]. То есть в тех регионах, где русский язык является основным языком общения, его позиции на неформальном уровне вопреки административным мерам укрепляются. И это не должно кого-либо настораживать или обижать. Ценность двуязычия не только в том, что оно предстает как важный компонент межнационального согласия и духовного сближения людей, но и в том, что это еще и необходимый заслон, препятствующий снижению уровня национальной культуры. Не случайно представители европейской деловой, научной и культурной общественности постоянно подчеркивают, что многоязычие в будущей единой Европе явится предпосылкой взаимного обогащения различных культур. И разве

двуязычие, функционирующее на территории проживания разноязычных социумов, не служит инструментом их плодотворного сотрудничества?

Не следует забывать, что не нации, не языки, не культуры сами по себе являются самоцелью исторического развития, а свободный культурный человек, формирующий свое сознание и творящий бытие. Поэтому выбор языка общения и обучения должен оставаться за самим человеком.

Игнорирование реального двуязычия приведет страну не к разрешению всех существующих проблем, а к появлению новых: усилению социальной напряженности, росту сепаратистских тенденций, этнокультурной самоизоляции, падению жизненного уровня людей. Государственность страны вправе строить все граждане, а не лишь те из них, кто раньше других освоил украинский язык.

Политика украинизации может достичь цели при условиях, если личность, независимо от национальной принадлежности, будет чувствовать себя социально комфортно, получит возможность удовлетворять свои жизненные потребности и интересы, не будет ограничена в гражданских правах и свободах.

В демократическом обществе недопустимо утверждение национальной государственности за счет благополучия человека коренной или некоренной национальности. Украина — наша общая Родина, поэтому в ней никто не должен чувствовать себя чужим.

Институт социологии НАН Украины периодически проводит исследование с целью выявления социально-пространственной идентификации граждан. Респондентам задается вопрос "Кем вы себя ощущаете?" с вариантами ответов: а) гражданином Украины; б) гражданином бывшего СССР; в) гражданином России; г) жителем своего города или региона; д) европейцем и т.д. Если в начале 90-х годов 47% опрошенных выбирали а), то через десять лет эта цифра снизилась до 35% [2]. Это означает, что за истекшее время гражданская самоидентификация населения не произошла. Одни люди тоскуют по прошлому и считают себя гражданами бывшего СССР; другие живут в мечтах и иллюзиях, считая себя гражданами Европы; интересы третьих дальше своего района, города, области не распространяются. То есть можно утверждать,

что на данный момент в Украине единой политической нации нет, люди рассматривают государство лишь как чуждую, давящую силу.

Причина этого явления кроется, прежде всего, в экономической незащищенности людей, которая выступает доминантой массового сознания, тормозящей формирование государственного мышления.

Кроме того, следует помнить, что длительное время наше общество живет в ценностно-нормативном вакууме. Люди, в основном, не имеют общих целей, ориентиров сознания и поведения. Они не чувствуют себя способными хотя бы в какой-то мере влиять на политическую и экономическую ситуацию в стране.

Мировой опыт свидетельствует, что с улучшением экономической ситуации культурные и языковые проблемы не снимаются, а обостряются, поэтому разрешать их целесообразно на минимуме накала, а не на максимуме.

Таким образом, формирование консолидированного социума в Украине возможно при выполнении двух условий: строительства не на словах, а на деле гражданского общества и достижения культурно-языковой толерантности между украиноязычными и русскоязычными согражданами.

Литература: 1. Сасина Л.А. Процессы социальной трансформации в Украине. //Вісник ХДЕУ. — 2001. — №1(17). — С. 30 — 32. 2. Головака Е. Чужие. //Харьковский телеграф. — 2001. — 02.07 — 08.07. — С. 17.

РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ ПЕРЕХОДНОГО ПЕРИОДА

УДК 658.8

Еременко В.В.

В условиях переходного периода возникает объективная необходимость в становлении и развитии институтов, которые определяют сущность рыночной экономики, ее динамизм.

Одним из таких институтов является маркетинговая деятельность. Еще примерно лет десять назад многие граждане Украины и не слышали о маркетинге, так как не было такой необходимости, хотя изучение рынка проводи-

лось, составлялись планы на пятилетки (был даже семилетний план), и вся деятельность предприятий основывалась на выполнении контрольных цифр этих планов. В экономическом и социальном развитии бывшего СССР не было особой проблемы в сбыте продукции (она была заранее распределена по потребителям, особенно продукция тяжелого машиностроения), и перед предприятием стояла задача, скорее, поиска весомых аргументов для увеличения сроков изготовления той или иной продукции или предлога, как отказаться от ее изготовления. Соответственно и организационная структура предприятий, которая централизованно и жестко регламентировалась, устанавливалась исходя из решений подобных вопросов, так что подразделения, занимающиеся маркетингом, отсутствовали.

Естественно, что в условиях централизованного планирования и распределения о маркетинговой деятельности в рыночном понимании не могло быть и речи. Повышенным объектом внимания страны являлся выход торговли на мировой рынок, торговли, так как была необходимость в изготовлении высококачественной продукции, способной конкурировать с ведущими высокоразвитыми странами, но внешнеэкономическая деятельность была настолько политизирована, что поставка продукции осуществлялась в основном исходя из политических интересов СССР (преобладали сырье или военная техника).

В связи с распадом СССР большинство бывших союзных республик взяли курс на создание рыночных отношений, и стал вопрос о научных разработках и практическом осуществлении действий, направленных на построение рыночной экономики. Наступивший впоследствии экономический кризис был связан с тем, что государства не имели ни опыта работы в рыночной экономике, ни квалифицированных специалистов и соответственно не могли предложить для построения рыночной экономики ни концептуальных решений, ни практических действий. Мы подошли к этому еще с азиатской психологией, о которой говорил Ленин: "Не обманешь, не продашь", но все обернулось как раз наоборот, скорее, нас обманули, что в конечном итоге сработало против благосостояния народа. Это было началом периода становления государства и рыночных отношений, определенного экономистами как периода переходной экономики. На этом этапе стоял вопрос выживания предпринимательских структур, а не их развития, тем не менее, став на путь рыночных преобразований, мы воочию убедились, что без создания систем изучения, развития рыночной экономики и продвижения продукции на рынки дальнейшая деятельность предприятия невозможна. В этих чрезвычайно сложных экономических условиях предприятия сначала робко, а

потом все увереннее и увереннее начали создавать свои собственные маркетинговые службы, которые в основном базировались на бывших отделах сбыта, так как именно эти подразделения имели контакты с потребителями выпускаемой продукции. Но для того, чтобы эти подразделения осуществляли свою деятельность, как требуют условия рыночной экономики, с ее идеологией, необходимо их фактически переместить из конца производственного цикла, где они были в советской экономике, в начало и добиться того, чтобы данные структуры обеспечивали производство соответствующими заказами в объемах, необходимых для жизнедеятельности предприятия.

Многие руководители думают, что маркетинг стимулирует и облегчает максимально высокое потребление, а это в свою очередь создает условия для увеличения роста производства, занятости и благосостояния. Но мировой опыт становления и развития экономики рассматривает маркетинг как **систему организации и управления** всеми сторонами деловой активности — от самых первых наметок конструкции и технологии производства нового товара до его доставки покупателю — и **его последующего обслуживания**. Можно принять к руководству определение маркетинга, которое дал Ф. Котлер: это — *социальный и управленческий процесс, с помощью которого отдельные лица и группы лиц удовлетворяют свои нужды и потребности посредством создания товаров и потребительских ценностей и взаимобмена ими*. Согласно этой точке зрения, цель маркетинга — достичь не только достаточно возможного уровня потребления, а и максимального потребительского удовлетворения. Но, к сожалению, меру потребительского удовлетворения сложно измерить. Во-первых, еще ни один экономист не изобрел, как полное удовлетворение конкретным товаром или конкретной маркетинговой деятельностью измерять. Во-вторых, непосредственное удовлетворение, которое получают отдельные потребители от конкретных "благ", не учитывает "зло", такое, как загрязнение окружающей среды, и вред, который наносится ей. Итак, дать оценку системе маркетинга на основе показателей удовлетворения, которое она приносит потребителям, сложно.

Но одним из вариантов определения показателя удовлетворения можно считать процесс, при котором товар продает сам себя без излишнего стимулирования. В данной ситуации можно сделать вывод, что при разработке и изготовлении товара были учтены в наибольшей степени те свойства, которые потребитель хотел получить. Это можно считать одной из положительных оценок работы маркетинговой службы, так как она свидетельствует о максимальном изучении потребителей.

Другие деятели рынка думают, что основная цель системы маркетинга — обеспечить максимально возможное разнообразие товаров и предложить потребителю максимально широкий их выбор. Система же должна дать потребителю возможность найти товары, которые наиболее полно отвечают его потребностям, и при этом получить наибольшее удовлетворение. К сожалению, максимальное расширение потребительского выбора требует затрат. Во-первых, товары и услуги станут дороже, так как большое разнообразие вызовет увеличение затрат по их производству и поддержанию запасов. Увеличение цены повлечет снижение реальной прибыли производителей и масштабов потребления. Во-вторых, увеличение разнообразия товаров требует от потребителя большего времени и усилий на знакомство с товарами и их оценку. В-третьих, увеличение количества товаров совсем не означает для потребителя расширения возможностей реального выбора. И, наконец, сами потребители не всегда приветствуют большое разнообразие товаров. Некоторые, встречая в определенных товарных категориях излишек выбора, переживают чувство растерянности и беспокойства. Таким образом, производителю необходимо с помощью исследования запросов потребителей сформировать оптимальный ассортимент выпускаемых товаров, чтобы потребителю было легко ориентироваться в нем.

Как показывает анализ практики функционирования служб маркетинга, созданных на предприятиях Украины, в большинстве случаев эти функциональные подразделения остаются пока чужеродной структурой, которая или работает изолированно от деятельности других функциональных служб, или выполняет обычные оперативные функции, далекие от маркетинговой деятельности. В результате эффективность деятельности маркетинговых подразделений на предприятиях очень низкая. Это в свою очередь приводит к негативному восприятию их со стороны других подразделений предприятия.

Работа в условиях жесткой конкуренции на рынке тяжелого машиностроения требует абсолютно нового подхода к маркетинговой политике предприятия.

Исходя из опыта АО "Ново-Краматорский машиностроительный завод", заслуживают полной поддержки выводы о том, что проведение маркетинговых принципов управления на предприятии должно начинаться с перестройки организационных структур управления в соответствии со стратегией управления предприятием. В реальной жизни есть достаточно много форм организации службы маркетинга. В АО "НКМЗ" эта задача была решена путем создания общеприемного Управления маркетингового обеспечения и непосредственно в каждом производстве (центре прибыли) отделов маркетинга и

контрактов. Проблема в том, что маркетинговые функции не могут быть делом одного подразделения. Маркетинг — это философия деятельности всего предприятия, которое рассматривается как единый взаимосвязанный организм. Маркетинговыми функциями должны проникнуться и все функциональные подразделения, и работники предприятия — от рабочего до директора. Только при такой постановке вопроса маркетинговая деятельность может дать позитивные результаты.

Поэтому цели маркетинговой деятельности и основные функциональные обязанности маркетинговых подразделений предприятия подчинены решению двух групп задач: *практическому осуществлению стратегии выхода завода на новые рынки сбыта с конкурентоспособной, высококачественной продукцией и созданию мобильной и гибкой системы взаимодействия функциональных служб с заказчиками и потенциальными потребителями техники, выпускаемой АО "НКМЗ"*.

Маркетинговая деятельность АО "НКМЗ" в системе обеспечения качества продукции регламентирована специальным стандартом, в соответствии с которым подразделения, непосредственно отвечающие за осуществление маркетинговой работы, — Управление маркетинговым обеспечением и отделы маркетинга и контрактов производств — должны обеспечить:

надежную, своевременную и достоверную информацию о рынке продукции, на котором действует акционерное общество;

необходимое воздействие на потребителя, спрос, рынок, максимально возможный контроль сферы реализации;

предпосылки для создания машин и оборудования с уровнем качества, удовлетворяющим самые высокие требования потребителя.

Напряженная работа по созданию современной конкурентоспособной техники требует агрессивного маркетинга, предвидения и быстрой реакции на изменение внешней среды. Обеспечить такой подход возможно лишь в том случае, когда в рамках единой маркетинговой стратегии предприятия будут в комплексе охвачены все функциональные разделы маркетинга: продукция, цены, рынки, реклама, сервис, информационная база. Именно такой принцип был положен в основу разработки функциональных обязанностей специалистов маркетинговых структур АО "НКМЗ".

В качестве примеров успешной работы маркетинговых подразделений и предприятия в целом следует отметить, что около 60% товарной продукции экспортируется в страны дальнего и ближнего зарубежья, осваиваются перспективные рынки сбыта новой продукции, на которых техника с маркой "НКМЗ" уже зарекомендовала себя с положительной стороны, идет постоянный процесс изучения по-

требностей как внутреннего, так и зарубежного рынков.

Сегодня производство и сбыт необходимо организовать на принципах маркетинга, основанного на концепции прогностических технико-экономических разработок новейших поколений товаров, работ и услуг. Чтобы успешно реализовать продукцию, предприятия должны использовать широкий набор взаимосвязанных коммерческих средств, образующих так называемый маркетинговый комплекс.

Подводя итоги, необходимо отметить, что на сегодняшний момент становление маркетинговой службы закончено, и теперь перед подразделениями стоят еще более сложные задачи: не потерять уже завоеванные позиции, наладить еще более качественное сервисное обслуживание. Маркетинговая деятельность требует стратегического и оперативного планирования как неотъемлемая составная часть организации управления предприятием.

Литература: 1. Корюшкин В.А. Экономический маркетинг. Учебное пособие. — СПб.: Питер: 2000. — 48 с. 2. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В. Основы маркетинга. Второе европейское издание. — М. — СПб. — К.: Изд. дом "Вильямс", 2000. — 944 с. 3. Скударь Г.М. Управление конкурентоспособностью крупного акционерного общества: проблемы и решения. — К.: Наукова думка, 1999. — 496 с.

СТРАТЕГИЯ ДИВЕРСИФИКАЦИИ: АРГУМЕНТЫ ЗА И ПРОТИВ

УДК 658.339.138

Бровко Е.М.

Разработка маркетинговой стратегии — один из наиболее сложных и критических этапов маркетингового процесса, т.к. именно стратегия определяет, какие перспективные направления деятельности должны быть усилены и каким образом можно этого достичь.

Стратегия маркетинга фирмы — это генеральная линия поведения компании на рынке, маркетинговые меры компании по устойчивому продвижению своих товаров на рынок, включая определение целей, анализ и планирование маркетинговых мероприятий.

Рассмотрим одну из стратегий маркетинга — диверсификацию деятельности предприятия, под которой традиционно понимается выход предприятия на существующий рынок с новым

товаром, либо — на новый рынок с уже существующим или новым товаром.

Существуют различные виды диверсификации: *концентрическая, горизонтальная и конгломератная* [3].

В рамках конгломератной диверсификации компания розничной торговли "Маркс и Спенсер" предложила своим клиентам трастовые союзы, что дало ей 1,5%-ную долю рынка, а диверсифицируясь горизонтально, она стала предоставлять новые финансовые услуги — страхование и выплату пенсий. Группа Бритиш Петролеум состоит из трех основных видов деятельности и одного вспомогательного, что представляет собой сочетание горизонтальной и конгломератной диверсификации: ВР исследовательская, отвечающая за исследования нефтегазовой продукции; ВР нефтяная, отвечающая за переработку нефти и сбыт нефтепродуктов; ВР химическая, что разрабатывает и сбывает химическую продукцию; ВР пищевая, которая не принадлежит к основному бизнесу, производит и сбывает питание для животных, продукты, продукцию для домохозяек и для личного пользования. Самые стабильные доходы получает исследовательский сектор компании. Доходы других видов бизнеса компании зависят от колебаний цен на нефть, от изменения курса национальной валюты Британии, а также от налогообложения и квотирования нефтяных операций.

Украинским примером применения стратегии диверсификации служит ЗАО "Станкин-пром" — компания, которая на основе экспериментальных производств станкоинструментальной промышленности в 1991 году сумела создать новый продукт, послуживший залогом ее выживания и процветания на рынке — мукомольные комплексы различной производительности. Диверсифицируясь концентрически, предприятие выпускает целый товарный ряд оборудования по переработке сельскохозяйственных культур. Доля рынка предприятия увеличилась с 2% в 1996 году до 35% — в 1999. Руководство предприятия ищет пути стабилизации своих рыночных позиций. Для этого были сделаны разработки новых продуктов. Одной из таких разработок является строительство "под ключ" экологически чистых автозаправочных станций (конгломератная диверсификация). В данный момент маркетологи

предприятия рекомендуют уделить внимание сервисной сети.

В пользу диверсификации говорит статистика финансового анализа, которая показывает положительное влияние структурных сдвигов в ассортименте продукции предприятия на прибыль. Положительная тенденция наблюдается практически по всем отраслям и, в частности, по показателю прироста объемов промышленного производства по Украине в 2000 году в сравнении с 1999 годом. Это обусловлено тем, что выпуск новой продукции соответствует фазе роста жизненного цикла продукта, т.е. обеспечивает получение максимальной прибыли на данном этапе при незначительном уровне конкуренции.

Стратегия диверсификации считается сопряженной с наибольшим риском и применяется западными компаниями только в критических ситуациях. Современным примером негативного влияния применения стратегии диверсификации на финансовое положение предприятия может служить корпорация "DAEWOO", которая из-за слишком большого "распыления" сфер бизнеса не сумела справиться с кредиторской задолженностью. Результатом стала продажа практически всех направлений деятельности, сопутствующих автомобильному производству.

Однако, несмотря на всю сложность реализации этой стратегии, иногда она является единственным средством для выживания и стабилизации рыночных позиций предприятия, и именно эту стратегию можно предложить отечественным предприятиям в переходный период становления рыночных отношений в качестве одной из немногих возможностей для выживания. Компания Rank Херох разработала таблицу [5], в которой отражено влияние различных факторов на предприятие и выпускаемую им продукцию в зависимости от стадии жизненного цикла этой продукции.

Разработанная таблица позволяет определить, наступил ли критический этап в производстве той или иной продукции, что соответствует стадии спада ЖЦТ. Для того, чтобы новая продукция успела пройти "рыночную апробацию", ее пробный маркетинг необходимо осуществлять уже на ранней стадии зрелости старого продукта, когда стабилизируются факторы зрелости.

Таблица

Влияние различных факторов на состояние предприятия в зависимости от стадии жизненного цикла выпускаемой им продукции (матрица компании Rank Xerox)

Фактор зрелости	Начальная стадия	Стадия роста	Стадия зрелости	Стадия спада
1. Уровень роста	Обычно больше, чем рост валового национального продукта	Новые покупатели, новые поставщики, темпы роста снижаются к концу фазы	Примерно равен росту валового национального продукта	Снижение спроса. Рынок сжимается, покупателям необходимы изменения
2. Предсказуемость потенциального роста	Трудно определить точно. Лишь небольшая часть спроса удовлетворена. Рыночные прогнозы сильно отличаются	Растет спрос и уже просматривается его верхний предел. Может произойти снижение цен из-за экономии масштаба	Потенциал четко определен. Конкуренция специализирована на удовлетворении запросов сегмента рынка	Известна и ограничена
3. Расширение товарной линии	Направлено на удовлетворение запросов "ранних" покупателей	Быстрая экспансия	Уменьшение и замедление	Ряд сужается, т.к. "выпадают" неприбыльные проекты
4. Число конкурентов	Непредсказуемо	Достигает максимума. Новые конкуренты привлекаются быстрым ростом отрасли и прибыльностью	Устанавливается укрепленная позиция, а лишние конкуренты "вылетают" с рынка	Новые конкуренты не появляются, а сама конкуренция снижается
5. Доля рынка	Нестабильная. Участники рынка реагируют непредсказуемо на проникновение и выбор времени конкурентов	Стабильность увеличивается. Остается несколько сильных конкурентов	Стабильность среди нескольких участников рынка, контролирующей отрасль	Локализуется, фрагментируется или концентрируется с выделением в отрасли сегментов
6. Стабильность числа покупателей	Пробные покупки и слабая лояльность	Некоторая лояльность. Повторное использование при наличии альтернативного предложения	Развитая лояльная схема покупок. Конкуренты понимают динамику покупок, новым поставщикам трудно внедриться	Стабильность. Количество поставщиков сокращается, покупатели не ищут альтернативы
7. Возможность вхождения на рынок	Обычно есть. Никто не доминирует. Покупатели непредсказуемы. Барьером могут быть технология, капитал и страх перед неизвестностью	Более сложная. Рыночные привилегии и экономия масштаба могут существовать. Новый бизнес может возникать без прямой конфронтации со стороны конкурентов	Сложная. Установлены лидеры на рынке. Новый бизнес будет подавлен	Небольшая или вообще отсутствует
8. Технология	Играет важную роль при приведении в соответствие характеристик продукта рыночным потребностям. Частые изменения продукта	Важен непосредственно технологический процесс при уже зародившейся технологии	Фокусировка на технологическом процессе и замене материалов. Требования к продукту известны. Может возникнуть возможность изменить отрасль из-за технологии	Технологический компонент известен, стабилен и доступен

Так как рассмотренные факторы предполагают производство наукоемкой продукции и ориентацию на "высокие" технологии,

область применения таблицы ограничивается промышленными предприятиями Украины.

Таким образом, можно сказать о том, что применение стратегии диверсификации может иметь как положительные, так и отрицательные результаты. В современных условиях большинству предприятий Украины приходится использовать стратегию диверсификации. Это связано с изменением требований к качеству и рыночному оформлению продукции, с изменением самих рынков (как следствие распада СССР), а также со стадией жизненного цикла выпускаемых товаров. В условиях плановой экономики у предприятий не было естественной потребности в обновлении продукции, поэтому в переходный период 90% выпускавшейся продукции оказалось на стадии спада ЖЦТ. Отечественные ученые отмечают некоторые положительные аспекты применения рассматриваемой стратегии. Они заключаются в вовлечении в оборот свободных ресурсов предприятия (если таковые имеются), эффективном перераспределении ресурсов между разнорентабельными видами деятельности, полном использовании производственного потенциала и занятости населения. Решением проблемы источника финансирования является кредитование предприятий банками, что сопряжено с высокой степенью риска из-за низкого по сравнению со стоимостью кредита уровня рентабельности производства и высокой, приближенной к стоимости предприятия, стоимости залога.

Литература: 1. Пономаренко В.С. Стратегічне управління підприємством. — Харків: Основа, 1999. — 620 с. 2. Тимонин А.М. Маркетинг. — Харьков: Око, 1997. — 216 с. 3. Тимонин А.М. Олейник С.С. Стратегии маркетинга. — Харьков: Око, 1999 — 184 с. 4. Лозовский Л.Ш., Райзберг Б.А., Ратновский А.А. Универсальный бизнес-словарь. — Москва: Инфра-М, 1997. — 408 с. 5. Richard Welford, Kate Prescott. European Business. London: Pitman Publishing, 1994. — 408 p. 6. Malcolm McDonald. Marketing Plans. How to Prepare Them, How to Use Them. Oxford: Butterworth Heinemann Ltd Linacre House, 1995. — 336 p. 7. Cole G.A. Strategic Management. London: DP Publications Ltd, 1994. — 200 p.

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ КАЧЕСТВЕННЫХ ПАРАМЕТРОВ ТЕХНИКИ НА ОПТИМАЛЬНЫЙ ОБЪЕМ СРЕДСТВ ЛИЗИНГА

УДК 658.5

Жуйкова К.В.

Одним из решающих факторов развития экономики Украины является укрепление материально-технической базы производства, в первую очередь — повышение технической вооруженности труда. Это

требует существенного обновления фондов, поскольку на сегодня в Украине их значительная часть устарела физически и морально. Однако приобретение средств труда по их первоначальной стоимости не представляется возможным для целого ряда предприятий в связи с необходимостью привлечения для этого оборотных средств. Это относится и к агропромышленному сектору экономики Украины, состояние которого непосредственно влияет на благосостояние и экологическую ситуацию в Украине [1, 2]. В этой связи существенную роль может сыграть лизинг.

Изучая рынок сельскохозяйственной техники, приобретаемой на условиях лизинга, можно отметить, что спрос на технику при проведении уборочно-полевых работ определяется следующими факторами:

- уровнем дохода фермерского хозяйства;
- количеством собственных и арендуемых земель;
- урожаем сельскохозяйственных культур, обрабатываемых лизинговой техникой;
- уровнем технических характеристик используемой техники;
- величиной потерь урожая при уборке и хранении.

Кроме факторов, влияющих на спрос, необходимо отметить и факторы, влияющие на уровень предложений лизинговой техники и оборудования, к которым относятся:

- уровень издержек производства (постоянные, переменные затраты);
- величина ожидаемой прибыли;
- уровень технических характеристик предлагаемой техники.

Эксплуатируемая в хозяйствах и предлагаемая на рынке лизинга техника обладает различными качественными параметрами, которые, благодаря повышающимся к ним требованиям и развитию техники, постоянно улучшаются.

Рассмотрим задачу определения влияния такого параметра, как уровень потерь урожая (L , %), на оптимальный объем средств, выделяемых на приобретение сельскохозяйственной техники, при котором ее лизинг оказывается эффективным. Полученное решение даст возможность определить не только величину оптимальных средств, выделяемых для приобретения необходимой фермерским хозяйствам техники, но и отразит возможности минимизации потерь урожая как при уборке, так и при минимизации дополнительных затрат лизинговой компании и фермерского хозяйства.

Средства (Q , грн.), выделяемые на приобретение техники на условиях лизинга, зависят не только от цены на технику, но и от величины потерь урожая (L) при уборке, определяемых техническими характеристиками техники, эксплуатируемой в хозяйствах. Например, при уборке комбайном "Доминатор" потери зерна составляют не более 1%, а при уборке комбайном "Дон-1500" — 2,8% от урожая, собранного комбайном.

Чем выше уровень технических характеристик сельскохозяйственной техники, их соответствие

требованиям международных стандартов и чем меньше уровень потерь урожая, тем большее количество техники может приобрести фермерское хозяйство (лизингополучатель) для переоснащения и модернизации существующего устаревшего оборудования и техники. В этом случае связь между величиной потерь урожая (L_p) и средствами (Q), которые предполагает выделить хозяйство для приобретения лизинговой техники, можно выразить убывающей функцией $L_{p1} = f_1(Q)$, представленной на рисунке.

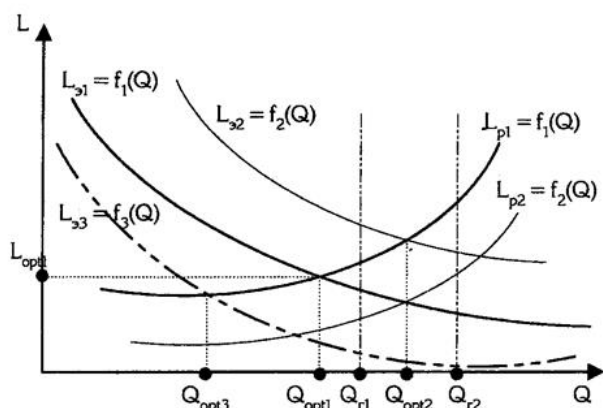


Рис. Зависимость потерь (L) от затрат (Q)

На рынке лизинга имеется большее количество техники, бывшей в употреблении, устаревшей и не отвечающей последним требованиям и современным характеристикам. Можно сказать, что росту средств (Q), которым отвечает объем техники, представленной на рынке, соответствует рост потерь урожая (L_p), которые могут ожидать при эксплуатации этой техники в хозяйстве. Этому соответствует возрастающая функция $L_{p1} = f_1(Q)$ (см. рисунок).

Важным является определение оптимального объема затрат, которые необходимо произвести для приобретения новой техники, обеспечивающей прибыльность производства, а соответственно — минимизацию затрат, связанных с уборкой урожая, и получения максимального уровня урожайности.

Рассматривая совместно функции $L_{z1}(Q) = f_1(Q)$ и $L_{p1}(Q) = f_1(Q)$, можно увидеть, что кривые пересекаются в точке общего равновесия (L_{opt1} ; Q_{opt1}). Это означает, что при определенном уровне потерь урожая, определяемом техническими характеристиками L_{opt1} , фермерскому хозяйству целесообразно затрачивать Q_{opt1} средств на приобретение техники.

Для определения оптимальной величины средств Q_{opt1} , при котором лизинг техники окажется наиболее эффективным [3], и для упрощения расчетов представим функцию $L_{p1} = f_1(Q)$ в виде линейной:

$$L_{p1}(Q) = L_{p1_0} + Q/K_1 \quad (1)$$

а кривую $L_{z1} = f_1(Q)$ — в виде убывающей функции:

$$L_{z1}(Q) = L_{z1_0} + 1/K_2 Q, \quad (2)$$

где L_{z1_0} и L_{p1_0} — величины, определяющие некоторый постоянный уровень потерь урожая, зависящий от применяемой технологии,

K_1 — коэффициент, учитывающий потери урожая в зависимости от технических характеристик техники, предлагаемой к применению,

K_2 — коэффициент, учитывающий потери урожая от вида применяемой техники.

В точке оптимума затраты $L_{z1_{opt}} = f_1(Q_{opt1})$ и $L_{p1_{opt}} = f_1(Q_{opt1})$ равны: $L_{z1_{opt}} = L_{p1_{opt}}$ или:

$$L_{p1_0} + Q/K_1 - L_{z1_0} - 1/K_2 Q = 0. \quad (3)$$

Последнее уравнение представим в виде:

$$(K_2 / K_1) \times Q^2 + (L_{p1_0} - L_{z1_0}) \times K_2 Q - 1 = 0. \quad (4)$$

Если постоянные потери урожая одинаковы $L_{p1_0} = L_{z1_0}$, то уравнение (4) преобразуется к виду:

$$(K_2 / K_1) \times Q^2 - 1 = 0, \quad (5)$$

откуда точка оптимальных затрат будет определяться выражением:

$$Q = \sqrt{K_1 / K_2}. \quad (6)$$

При постоянном отношении K_1/K_2 , т.е. при постоянном отношении уровня качества предлагаемой и применяемой техники, точка оптимальных затрат не меняет своего положения. При увеличении уровня качества K_1 предлагаемой техники в 2 раза, точка оптимальных затрат увеличится в $\sqrt{2}$ раз, т.е. возможное увеличение средств, выделяемых на приобретение техники, возрастет на 41,4%. Это говорит о том, что значительное увеличение качества техники, предлагаемой на рынке, не означает такого же увеличения ее спроса. В приведенном выше примере качество уборки комбайном "Доминатор" в 2,8 раз выше, чем комбайном "Дон-1500". Однако такому значительному улучшению технического параметра соответствует возможное увеличение средств, равное 67,3% ($Q = \sqrt{2,8}$). Более того, резкое увеличение качества и соответственно стоимости техники может привести к дестабилизации рынка вследствие недостаточной покупательной возможности при высоком потребительском спросе. Действительно, если предположить, что граница покупательной способности соответствует точке Q_{r1} , то при введении в эксплуатацию новой техники предполагаемые потери, определяемые функцией $L_{p2} = f_2(Q)$, снижаются, и оптимальная точка, соответствующая Q_{opt2} , может выйти за границу покупательной способности

Q_{r1} (см. рис.). Аналогичная ситуация наблюдается и при использовании значительно устаревшей и некачественной техники (кривая $L_{r2} = f_2(Q)$) (см. рис.). То есть, чем более плохая техника используется в хозяйствах, тем больше средств необходимо затратить на применение новой техники.

Таким образом, соотношение коэффициентов и увеличение этого соотношения должно согласовываться с покупательной способностью хозяйств. В этом случае лизинг является одним из эффективных рыночных приемов, позволяющих:

во-первых, увеличить средства, инвестируемые на приобретение новой техники, что соответствует перемещению границы в точку Q_{r2} . Это в свою очередь обеспечивает стабилизацию рынка;

во-вторых, после внедрения новой техники уменьшить величину оптимальных затрат, перейти на кривую $L_{r3} = f_3(Q)$ и соответственно высвободить больше средств ($Q_{r2} - Q_{opt2} > Q_{r1} - Q_{opt1}$) для проведения других лизинговых операций.

Определение зависимости $L_r = f(Q)$ и $L_p = f(Q)$ и соответственно затрат Q как функции параметров качества техники и оборудования, что было показано на примере рассмотренной модели, при выводе зависимости (6) позволяет найти объем инвестиционных средств $Q_{инв}$. Желательно, чтобы эти инвестиционные средства, определяемые как $Q_{инв} = Q_{r2} - Q_{r1}$ при $Q_{r2} \geq Q_{opt2}$, обеспечивались лизинговыми компаниями для поддержания стабильного функционирования рынка.

Рассмотренная модель оценки оптимального объема средств, выделяемых для приобретения сельскохозяйственной техники, с учетом влияния фактора потерь урожая может использоваться для исследований других подобных ситуаций на агропромышленном рынке лизинговых услуг как с точки зрения лизингополучателя, так и лизингодателя.

Литература: 1. Внукова Н.Н., Ольховиков О.В. Мир лизинга. — Харьков: Основа, 1994. — 224 с. 2. Перспективи розвитку екологічного лізингу в Україні [Сосюрко Ю.В. та ін.] — К.: Аверс, 1999. — 72 с. 3. Підготовка та проведення лизингових операцій в сфері екології. Практичні рекомендації [Сосюрко Ю.В. та ін.] — К.: Аверс, 2000. — 216 с.

ВОЗРОЖДЕНИЕ РОЛИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ ПРИ ПЕРЕХОДЕ К РЫНОЧНЫМ ОТНОШЕНИЯМ

УДК 334.738

Котляров Л.Д.

Потребительская кооперация является составной частью народнохозяйственного комплекса. Она призвана сыграть большую роль в решении многообразных задач по улучшению условий труда

и жизни сельского населения. Система потребительской кооперации с самого начала во все увеличивающихся размерах снабжала население товарами широкого потребления.

Развитие товарооборота по линии потребительской кооперации представляло ряд материальных преимуществ городскому и сельскому населению, продавая товары в своей системе гораздо дешевле, чем частный посредник. Например, в СССР цены на все товары, продаваемые частным торговцем, были значительно выше кооперативных.

Предоставляя ряд материальных выгод трудящимся страны по сравнению с частным торговым капиталом, система потребительской кооперации с каждым годом все более полно охватывала покупательную способность рабочих и крестьян. Так, по данным статистического отдела ВУКС, охват рабочими кооперативами бюджетов рабочих в 1925/26 г. составил 50,9%, 1926/27 г. — 51,1%. Сельскими потребительскими обществами УССР охват покупательной способности крестьян в 1926/27 г. составил 50% [1].

Система потребительской кооперации быстрыми темпами увеличивала свою торговую сеть. Если на 1 октября 1924 г. розничная торговая сеть потребительской кооперации на Украине насчитывала 9 131 торговую точку, то к 1926 г. эта сеть увеличилась в 1,3 раза [1].

Потребительская кооперация Украины занималась развитием культуры. Количество библиотек в сельских потребительских кооперативах Украины в 1926/27 г. насчитывалось 1 585 с общим книжным фондом в них 122 тысячи, 1927/28 г. — 1 730 библиотек, имевшие 141,9 тысячи книг. Как известно, в потребительской кооперации были разные этапы развития, но еще в 1990 г. она насчитывала 11 млн. пайщиков и обслуживала 43% населения. В 1999 г. уже осталось около 4 млн. пайщиков [2].

С переходом к рыночной экономике появляется возможность изменить деятельность потребительской кооперации, целесообразно изменить и принципы формирования товарных ресурсов. Известно, что до недавнего времени торговая деятельность зависела от централизованно распределяемых фондов. В настоящее время на первый план необходимо выдвинуть принципы самообеспечения ресурсами — куплю на рынке. Но надо выделять кредиты под низкие проценты (10 — 15%). Это будет способствовать расширению собственного производства.

Важно развитие торговли. Так, с 1985 г. по 1990 г. количество предприятий торговли выросло с 142,0 до 145,7 тыс. Розничный товарооборот

на душу населення в городській місцевості возрос на 138,6%, а в сільській — на 149,5% [3]. Но с 1992 г. началось сокращение.

Выступая на XVII съезде потребительской кооперации, Президент Украины привел цифры, что только в 1998 г. в Украине закрылось 10 тыс. магазинов, или 20% от общего количества. Сегодня в расчете на одного жителя в селе продается товаров в 4 раза меньше, чем в городе [2].

Потребительская кооперация активно занималась производством продовольственных и непродовольственных товаров. В системе насчитывалось 667 хлебозаводов и пекарен, 495 предприятий по производству колбас, 133 консервных завода, 246 заводов и цехов по изготовлению безалкогольных напитков и т.д. На производстве было занято 103,3 тыс. работников [4]. Сегодня в основном всю систему развалили и разворовали, а ей более 130 лет, и она всегда работала эффективно.

Рыночная экономика предполагает предпринимательство, конкуренцию и другое, чего ранее в потребительской кооперации не было. Поэтому переход к рыночным отношениям на современном этапе требует переосмысления всей производственно-хозяйственной деятельности. А начинать надо с реформирования отношений собственности.

В Украине принят закон "О потребительской кооперации", где записано, что "собственность потребительской кооперации является одной из форм коллективной собственности. Она состоит из собственности потребительских обществ, союзов, подчиненных им предприятий и организаций и их общей собственности" [4]. А где же собственность трудящихся? Они оказываются лишенными ее. Собственность должна быть коллективно-паевой.

Сегодня внедрению коллективно-паевой собственности препятствует то, что несовершенна нормативно-правовая база. Права паевика-собственника не защищены, отсутствует кооперативный принцип распределения доходов и другое. Эти изменения надо вносить в Закон Украины "О потребительской кооперации".

Литература: 1. Звіт "Вукопспілки" та її секцій за 1926/27 р. (VIII звітний рік). — Харків, 1928. — С. 147. 2. По діловому відгукуватися на потреби людей. Виступ Президента України Л.Д. Кучми на XVII з'їзді споживчої кооперації України. //Урядовий Кур'єр. — 1999. — 10 квітня. — С. 3–4. 3. Народне господарство України у 1991 році. — К.: Стат. щорічник, 1992. — С. 121. 4. Шевченко А. Становлення ринкових відносин в потребительській кооперации. //Економіка України. — 1993. — №9. — С. 66 – 68.

РОЗВИНУТА ІНФРАСТРУКТУРА — СКЛАДОВА НАЦІОНАЛЬНОГО ДОБРОБУТТЮ

УДК 338.2.01

Нікуліна О.В.

Особливе значення і роль інфраструктури в розвитку не тільки національної економіки, а й держави в цілому давно доказані іноземними науковцями, а їх теоретичні дослідження реалізовані в практиці організації державного управління багатьох розвинутих країн світу. В Україні проблема інфраструктури стоїть дуже гостро, необхідність же її вирішення ще в повній мірі урядовцями не усвідомлена. Однак саме розвинута інфраструктура може застосовуватись урядом з метою безпосереднього впливу на потенційний розвиток регіону чи країни шляхом підвищення продуктивності або шляхом зменшення витрат.

Інфраструктура — це широке поняття, яке включає велику кількість елементів основного суспільного капіталу. Так, наприклад, за допомогою транспортної інфраструктури (доріг, водних шляхів, залізниць, портів і аеропортів тощо) можна зменшити вартість транспортування товарів або людей та збільшити обсяг перевезень; телекомунікації зменшують вартість інформації; енергія необхідна для виробництва і споживання товарів та послуг, отже, електростанції та мережі розподілу електроенергії і газу, нафтопроводи є іншими важливими елементами продуктивної інфраструктури; результатом системи закладів науки та освіти є як суспільний, так і приватний людський капітал. *Суспільний людський капітал* являє собою ту частину нашого знання, яка, будучи виробленою один раз (через базові дослідження і т.ін.), може використовуватись кожним, кому це потрібно, за нульовою або дуже низькою вартістю. *Приватний* складається з навичок і здібностей, переданих навчанням та професійною підготовкою населення, які він, в свою чергу, використовує для виробництва товарів та послуг з метою поліпшення якості їх власного споживання. **Тобто транспортна, телекомунікаційна, енергетична та навчальна інфраструктури безпосередньо роблять внесок у збільшення продуктивності і зменшення вартості.**

Інші інфраструктурні категорії також мають позитивний, але більш опосередкований вплив



на продуктивність, дохід та зайнятість населення. До них відносяться: **водопостачання, екологічна інфраструктура** (звалище, сміттєспалювальні заводи, центри утилізації), **соціальна інфраструктура** (лікарні, поліклініки, дитячі садки і тін.), **заклади спорту та дозвілля, інфраструктура культури** (музеї, бібліотеки, театри, концертні зали), а також **деякі характеристики природного ландшафту**, такі, як море, річки, озера, ліси, гори.

Однак, незважаючи на те, що інфраструктура є могутнім інструментом прийняття управлінських рішень, ізольована стратегія щодо неї є необґрунтованою. *По-перше*, інфраструктура є лише однією з ознак потенційного розвитку регіону, так що інші фактори потенційності (географічне положення, агломерація і галузева структура) також не можна ігнорувати. *По-друге*, силу факторів потенційності завжди потрібно поєднувати з належними якісними і кількісними ресурсами робочої сили та приватного капіталу для того, щоб використовувати їх потужності. А *по-третє*, оптимальне використання всіх цих потужностей залежить від сприятливих конституційно-інституційних умов та особливостей поведінки. Якщо ці умови не брати до уваги, то політика щодо інфраструктури буде успішною лише частково.

Цей аргумент є не тільки теоретичним, він підтверджується практичним досвідом багатьох країн світу. Уряди деяких держав досить часто намагались відсталі регіони з низькими темпами зростання перетворити шляхом великих капіталовкладень в інфраструктуру, зокрема в наземні та водні шляхи сполучення. Однак побудова нових трас не лише зменшує транспортні витрати підприємств, що знаходяться у відповідних регіонах, а й створює умови для зниження міжрегіональних тарифів, які до того моменту обмежували доступ з інших регіонів. Ефективні виробники поза межами цього відсталого регіону також матимуть користь від реконструйованої або нової дороги, залізниці, водного шляху, так як зможуть розширити свої ринки. В результаті — конкурентний тиск на виробників відсталого регіону збільшиться. Таким чином, коли недорозвинутість взагалі є наслідком надто низького рівня конкуренції існуючих в регіонах підприємств, такий ізольований проект, як траса, може ще більше підірвати конкурентні позиції місцевих підприємств.

Успішна стратегія регіонального розвитку повинна бути всебічною, брати до уваги не

тільки інфраструктуру, а також і інші фактори потенційності і фактори приватного виробництва. Один аналіз ситуації з метою вивчення серйозних "вузьких місць", які перешкоджають розвитку певного регіону, може бути доповнений іншим. Там, де існують такі "вузькі місця", варто спрямувати зусилля на їх усунення.

Методи аналізу та оцінки стратегій розвитку можуть бути різними, але в більшості випадків вони будуть спрямовані на вироблення кількісних критеріїв. Так, в своїх наукових працях німецький науковець Дітер Біль більшу увагу приділяє "квасівиробничій функції" [1]. Справа в тому, що вищеозначені фактори потенційності, як основні ознаки регіональної виробничої потужності, можуть вважатись такими, що представляють "вхідні ресурси" у певній розширеній виробничій функції, де "вихідними результатами" є продуктивність, дохід і зайнятість населення. Саме таку функцію, щоб відрізнити її від підходу традиційної виробничої функції, де ресурсами є робоча сила та приватний капітал, і названо "квасівиробничою функцією".

Необхідність застосування "квасівиробничої функції" її розробники аргументують наступним чином. Обидва типи виробничих функцій передбачають, що всі вхідні ресурси і вихідні результати діяльності можуть бути виражені кількісно, і для цього в наявності є усі відповідні дані. Підхід традиційної виробничої функції вимагає визначення основного капіталу в грошах. Незважаючи на те, що ця інформація існує в багатьох країнах у вигляді загальнонаціональних показників, вона або не завжди існує на регіональному рівні, або зовсім може бути відсутня в країнах перехідного періоду та країнах, що розвиваються. Для того, щоб мати можливість застосовувати підхід потенційності розвитку регіону до якомога більшої кількості країн, має сенс вимірювати забезпеченість регіональних інфраструктур в одиницях фізичної або технічної потужності. Основною методологічною філософією є те, що спочатку треба випробувати дуже приблизний і простий показник для того, щоб побачити, чи надає він статистично суттєве пояснення. Якщо це так, пізніше буде варто витратити ще трохи часу та зусиль на уточнення визначення потужності та на підбір більш диференційованих показників, включаючи грошові агрегати для основних фондів. Наприклад, стосовно такого фактора, як агломерація, найпро-

стішим і найлегшим способом її виміру буде обчислення щільності населення. Між тим такий показник не тільки не відображає просторову концентрацію населення як такого, але й багато інших аспектів, пов'язаних з просторовою концентрацією, наприклад локалізацію приватних підприємств та робочих місць.

Беручи до уваги важливість інфраструктури як фактора в прийнятті управлінських рішень, інформаційні вимоги не обмежувались тільки одним цим пунктом [2]. Провідною ідеєю є визначення двох основних характеристик, які можна розглядати в декількох аспектах, як такі, що являють собою дуже важливі елементи вузьких місць окремої категорії з якісними і кількісними характеристиками.

Взявши за приклад дороги, відзначимо, що після консультацій з експертами їх довжину вибрали як кількісний елемент, а ширину — як основний якісний, оскільки 100 кілометрів широкої траси являють собою значно більший транспортний потенціал, ніж сама довжина вузької дороги. Добуток довжини на ширину дає площу дорожнього покриття, що, в свою чергу, співвідноситься з площею регіону з метою отримання показника регіональної щільності доріг. Теж саме здійснювалось і по відношенню до інших видів інфраструктури типу мереж сполучення, тоді як точкова інфраструктура (аеропорти або університети) співвідноситься з регіональним населенням, яке воно обслуговує. Така ж методологія застосувалась і по відношенню до інших категорій інфраструктури.

У випадку з аеропортами картина така: злітно-посадочні смуги були визначені як найбільш важливі характеристики вузьких місць. Беручи точковий характер аеропортів, площі цих смуг було поділено на кількість населення регіону.

Стосовно телекомунікацій зауважимо, що технічна потужність кабелю може вимірюватися з точки зору кількості двожильних проводів або кількості волоконно-оптичних каналів. Як би там не було, така інформація навряд чи є в наявності в окремих регіонах, отже, стало необхідним застосувати інший вид інформації в загальному її виборі. Такою інформацією стала, наприклад, кількість телефонних абонентів, або телефонних номерів. Якщо в регіоні існує велика кількість абонентів (телефонних номерів), то має також існувати й відповідна для цього кабельна мережа, а також і відповідна кількість автоматичних телефонних станцій. У майбутньому, зі збільшенням

кількості мобільних телефонів, що працюють за принципом радіопередачі, важливість мереж, швидше за все, зменшиться внаслідок їх неподільності.

Відносно навчальної інфраструктури (у випадку з освітою), доцільним показником буде місткість будівель, виражена в кубічних метрах, або загальна площа приміщень, виражена в квадратних метрах. Але виявилось, що таку інформацію майже неможливо отримати навіть для всіх регіонів Європейського Союзу. Тому заміником було вибрано показник кількості студентів у різних вікових групах по відношенню до загальної кількості населення. Такий квазі-виробничий підхід було застосовано в регіонах ЄС ще в 1985 році, і він себе виправдав [3].

Усі зроблені зауваження щодо виробки стратегії поліпшення інфраструктури, на погляд автора, можуть і повинні бути поширені на Україну. А, беручи до уваги те, що в Україні все ще відбувається перехідний період до цивілізованої ринкової системи, процес поліпшення загальної структури вимагає значно більшої уваги, ніж в країнах з розвинутою ринковою економікою. До того ж політика щодо інфраструктури в рамках концепції добре збалансованої стратегії національного та регіонального розвитку повинна відігравати видатну роль.

Крім того, ми наголошуємо: не слід забувати, що всі категорії інфраструктури, зокрема соціальна інфраструктура і інфраструктура культури, надають безпосередні переваги для споживача і, опосередковано впливаючи на продуктивність, відіграють значну роль у розвитку суспільства.

Література: 1. Україна на шляху до Європи: Пер. з англ. / Під ред. Лутца Хоффманна і Фелцітас Мьоллерс. — К.: Вид. УАННП "Фенікс", 2001. — С. 247 – 263. 2. Хоффман Лутц та Аксель Зіденберг. Зрушення до ринкової економіки. Реформи в Україні: погляд зсередини. — К.: Фенікс, 1997. — С. 144 – 162. 3. World Bank: From Plan to Market (World Development Report). — Washington DC, 1996. — P. 56 – 68.

УПРАВЛЕНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ НА ОСНОВЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

УДК 659.0

Полякова Я.А.

Управление рекламной деятельностью предприятия представляет собой достаточно емкий процесс, который требует определения оптимального сочетания рекламных мероприя-

тий в краткосрочный период времени, что связано с неустойчивой динамикой используемой информации. Коммуникативная и психологическая эффективность рекламной деятельности широко представлена в моделях Дж. В. Гэллана-Робинсона, Р. Ривса, И.В. Крылова, Ч. Сэндиджа, Д. Мерсера. В то же время торговая эффективность наиболее полно рассматривается в работах Ж.Ж. Ламбена, Р. Батры, Джона Дж. Майерса, Д. Огилви. При этом большинство показателей количественной оценки экономической эффективности основывается на соотношении полученного экономического эффекта и затрат, которые способствовали получению этого эффекта. На взгляд автора, оптимизировать управленческие решения по организации и проведению рекламной кампании и определить точку максимального экономического эффекта можно при анализе экономической сущности предельных и средних значений показателя *выручка от рекламной кампании*.

Показатель "выручка от рекламной кампании" имеет дуалистический характер в рекламном менеджменте предприятия, что непосредственно связано с жизненным циклом продукта.

На стадии внедрения и роста рекламируемого продукта важен охват целевой аудитории на единицу затрат, поскольку рекламодателю на данной стадии необходимо:

- информировать потребителя о продукте;
- создавать имидж рекламируемого продукта;
- создавать стереотип использования продукта и его функциональной незаменимости.

С этой целью данные по охвату целевой аудитории анализируются непосредственно по каждому средству массовой информации на основе рейтинговых прогнозов СМИ.

На стадии зрелости и упадка важна оценка отношения показателей *выручка от рекламной кампании к единице затрат*. Заслуживает внимания не количество целевой аудитории, охваченной рекламной кампанией, а количество прибыли, полученной в результате ее проведения.

Показатель "выручка от рекламной кампании" на основе охвата целевой аудитории позволяет оценить спрос на рекламируемый продукт, а также принять правильное управленческое решение о дальнейшем планировании рекламной стратегии предприятия по

средствам СМИ. Отношение показателя *выручка к единице затрат* отражает экономический результат рекламных мероприятий для предприятия.

При этом *средняя выручка от рекламной кампании* — это отношение *общей выручки от рекламы к частотности демонстрирования рекламного обращения*.

Предельная выручка от рекламной кампании — это количество выручки, полученной в результате использования дополнительной единицы переменного ресурса, т.е. дополнительной демонстрации рекламного обращения.

Таким образом, целесообразно предположить, что в краткосрочный период *выручка от рекламной кампании* является функцией от одного переменного фактора — *частотности демонстрирования рекламного обращения* при неизменном значении остальных факторов (рекламируемого продукта, затрат на производство рекламного обращения, СМИ, целевой аудитории и т.д.):

$$P = f(R),$$

где P — максимальное значение выручки от рекламной кампании, которое возможно получить при заданных условиях и факторах;

R — частотность демонстрирования (затраты на размещение рекламного обращения).

Управление рекламной деятельностью предприятия, таким образом, представляет собой процесс производства рекламного обращения с целью получения наибольшего экономического эффекта в результате его размещения.

Графическое представление данных показателей в рекламной деятельности идентично поведению кривых производственной функции. Это подтверждает возможность применения постулатов теории производства для управления рекламной деятельностью предприятия.

Изложенное выше допущение правомерно ввиду того, что учитываемый переменный фактор *частотность демонстрирования* отвечает тем требованиям, которые применимы к производственной функции.

Фактор "частотность демонстрирования" имеет денежное выражение, а, следовательно, относится к категории "капитал". Используемые денежные ресурсы обладают достаточной редкостью для предприятия и имеют множество вариантов альтернативного использования.

Для функции с одним переменным фактором справедливо применение закона убывающей отдачи:

$$P = f(x, y),$$

где x — величина переменного фактора (частотности демонстраирования);

y — const (постоянное значение остальных факторов).

Графическая интерпретация закона убывающей отдачи применительно к рекламному менеджменту может быть представлена так, как на рисунке.

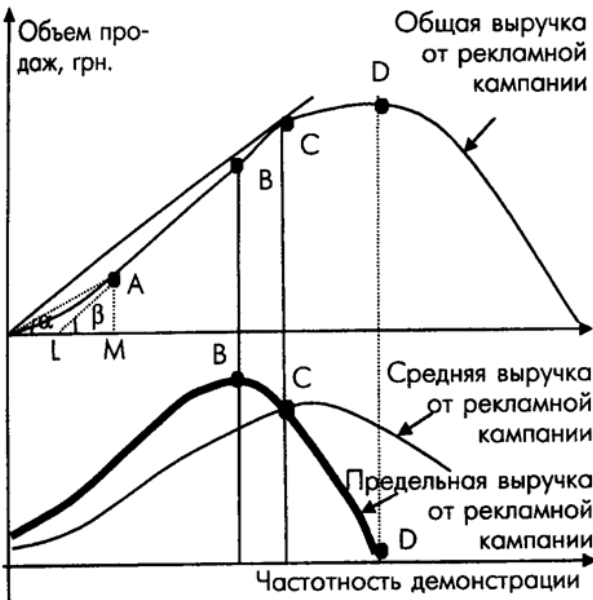


Рис. 1. Закон убывающей отдачи в рекламном менеджменте предприятия

В верхней части рисунка изображена кривая общей выручки от рекламной кампании, которая изменяется в зависимости от частотности демонстрации рекламного обращения. На данной кривой отмечены точки: В — точка, которая является проекцией максимального значения предельной выручки от рекламной кампании на кривую общей выручки; С — точка, которая принадлежит касательной, совпадающей с линией, соединяющей данную точку с началом координат, а также является проекцией точки пересечения кривых предельной и средней выручки от рекламной кампании на кривую общей выручки от рекламной кампании. Точка А движется по кри-

вой общей выручки от рекламной кампании. Соединив точку А с началом координат и опустив перпендикуляр на ось абсцисс, получим треугольник OAM, где $\text{tg}\alpha$ является отношением стороны AM к OM, т.е. отражает среднюю выручку от рекламной кампании:

$$\text{Средняя выручка от рекламной кампании} = \text{tg}\alpha = \frac{AM}{OM} = \frac{\text{общая выручка от рекламной кампании}}{\text{частотность демонстрации рекламного обращения}}$$

Проведя через точку А касательную, получим угол β , tg которого будет выражать предельную выручку от рекламной кампании, которая отражает значительное приращение общей выручки от рекламной кампании при бесконечно малом приращении частотности демонстрации рекламного обращения:

$$\text{Предельная выручка от рекламной кампании} = \text{tg}\beta = \frac{AM}{LM} = \frac{\Delta \text{общая выручка от рекламной кампании}}{\Delta \text{частотность демонстрации рекламного обращения}}$$

При сравнении двух треугольников LAM и OAM можно сказать, что до определенного момента $\text{tg}\beta$ по величине больше $\text{tg}\alpha$, следовательно, предельная выручка от рекламной кампании больше средней до определенного момента (до точки В). В этой точке $\text{tg}\beta$ принимает максимальное значение, что свидетельствует о достижении предельной выручки от рекламной кампании наибольшей величины. Когда точка А совпадает с точкой С, значения средней и предельной выручки от рекламной кампании равны. При дальнейшем увеличении частотности демонстраирования рекламного обращения, $\text{tg}\beta$ будет уменьшаться и при совпадении точки А с максимальным значением общей выручки от рекламной кампании (точкой D) примет значение, равное 0. Далее предельная выручка от рекламной кампании примет отрицательное значение, а средняя выручка от рекламной кампании будет продолжать уменьшаться.

Из приведенного анализа можно сделать вывод, что наиболее эффективное использование переменного фактора частотность демонстрация рекламного обращения происходит тогда, когда предельная выручка от рекламной кампании, достигнув своего максимального значения, начинает убывать, а средняя выручка от рекламной кампании еще продолжает возрастать. При этом каждое дополнительное демонстрация рекламного обращения приносит наибольший прирост общей выручки от рекламной кампании. После достижения средней выручки от рекламной кампании максимального значения рентабельность дальнейшей демонстрации рекламного обращения снижается, а вскоре принимает отрицательное значение.

Таким образом, управление рекламной деятельностью предприятия на основе показателей предельной и средней выручки от рекламной кампании является основой планирования наиболее весомой доли рекламного бюджета (затраты на размещение рекламного обращения) и позволяет определить оптимальную частотность демонстрация с целью получения максимальной прибыли.

Литература: 1. Р. Батра. Рекламный менеджмент. — М.: Вильямс, 1999. — 780 с. 2. Яковлева Е.Б. Микроэкономика. — М.: Экономика, 1997. — 240 с. 3. Пиндайк Р. Микроэкономика. — М.: Экономика, 1992. — 512 с.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ МОДЕЛІ МАРКЕТОЛОГІЧНОГО АНАЛІЗУ РИНКІВ

УДК (075.8) 338.45

Шевченко К.М.

У розвинутій ринковій економіці маркетинг розглядається як найважливіша умова розвитку збуту продукції й подальшої його стабілізації в залежності від економічних цілей підприємства, а також виступає як інструмент одержання додаткового прибутку підприємством на певному сегменті ринку. На жаль, в Україні практично не використовуються маркетингові інструменти, що уже давно й успішно практикується в розвинутих країнах, адже вони (ці маркетингові інструменти) могли б допомогти розв'язати проблему нерентабельного виробництва.

Для України характерною є проблема збуту продукції, пов'язана з наявністю сукупних проблем: втрати і розриву традиційних зв'язків ринків збуту зі споживачами; низької конкурентноздатності продукції; слабкої інформованості потенційних споживачів; неефективної цінової політики, нерозвиненості збутової мережі; спаду і розрухи оптової ланки; відсутності у підприємства чіткої стратегії розвитку. Для рішення такого роду проблем необхідно вивчити й впровадити найбільш прийнятні для українських підприємств маркетингові стратегії і моделі, що, як наслідок, спричинить ріст прибутковості підприємств і задоволення потреб споживачів.

Маркетинг змінив підходи до організації виробництва й послідовності основних функцій підприємства, які зараз мають такий вигляд:

- вивчення і формування потреб покупців;
- інжиніринг, проведення наукових розробок, створення пропозицій;
- виробництво продукції;
- збут і післяпродажне обслуговування;
- культивування і задоволення потреб;
- одержання прибутку.

Стара концепція збуту мала іншу послідовність:

- інжиніринг і виробництво продукції;
- збут і стимулювання продажу;
- збільшення обсягу продажу й одержання прибутку.

Зараз жодна фірма, що випускає в першу чергу товари широкого вжитку, не почне випуск досить великої партії продукції, не переконавшись у наявності й розмірах ринку збуту. Сучасний ринок розвинутих країн Заходу і Сходу, що характеризується високим ступенем розвиненості споживчих переваг і практично безмежною можливістю вибору товарів і послуг, змусив більшість підприємств переорієнтуватися з екстенсивної стратегії збуту, тобто його розширення, на інтенсивну (і дорожу) стратегію маркетингу [3].

Безсумнівно, що перехід більшості фірм світу на стратегію маркетингу в 50-60 роки минулого століття пов'язаний з успіхами науково-технічної революції. В результаті витрати на безпосереднє виробництво стали займати меншу від витрат частку, а витрати на дослідження і реалізацію продукції стали різко рости, що послужило об'єктивною причиною до переходу від збутових до маркетингових зусиль в області реалізації продукції і послуг [4].

Але тут з'являється необхідність правильно розрахувати оптимальний рівень маркетингових витрат, тому що у випадку їх перевищення над прибутком підприємство ризикує зруйнуватися, хоча іноді це може бути виправдано можливістю завоювання ринку, витисненням конкурентів і одержанням в перспективі прибутку.

Вивчення внутрішнього і зовнішнього середовища, у яких здійснюють свою діяльність від-

повідні підприємства, — задача маркетингового дослідження. Аналіз зовнішніх і внутрішніх умов ринку, товару, споживачів, конкурентів дозволить підприємству визначити його потенційні можливості й позиції на ринку, що буде сприяти поліпшенню економічного положення, росту попиту на продукцію або послуги, налагодженню відповідних зв'язків з виробниками, споживачами, посередниками з метою забезпечення росту об'єму виробництва і одержання максимального прибутку. Надалі це дозволить в умовах ринку здійснювати розробку необхідної маркетингової стратегії. Так, стратегія, заснована на ціні, потребує (з метою досягнення комерційного успіху) встановлення низьких цін, звичайно, при великій кількості вироблених товарів. Стратегія, заснована на перевазі, припускає застосування в якості конкурентноспроможних чинників якості товару і робіт: дизайну, фірмового стилю, упакування, сервісного обслуговування, дотримання договірних зобов'язань і надійності постачань товарів і послуг [5]. Стратегія, заснована на пристосуванні, фактично заснована на повторенні дій конкурентів у галузі товарної політики, розподілу, ціноутворення. Стратегія, заснована на різкій відмінності, потребує, щоб товар підприємства за профілем різко відрізнявся від товару конкурента.

Маркетингове дослідження передбачає ретельний вибір об'єкта дослідження і суб'єкта, який цього потребує й спроможний його виконати. Це і визначає цілі, задачу і напрямки маркетингового дослідження, детальну технологію вишукування. Визначення суб'єкта дослідження передбачає покладання функцій маркетингового дослідження на відповідний структурний підрозділ підприємства або незалежну консалтингову фірму.

У США, наприклад, існує значне число дослідницьких фірм. Так, фірми "Audit and service" і "Marketing research corporation of America" займаються переважно збором і продажем первинних даних про прямування товарів у роздрібну торгову мережу [5]. Фірми "American research", "Daniel Starch", "Simmons" здійснюють дослідження, пов'язані з рекламою і стимулюванням збуту. Названі фірми використовують при дослідженні методи "інвентаризації", опитувальний метод вивчення ринку, метод панельних досліджень та ін. Водночас кількість фірм універсалів, що проводять широкі дослідження з різних проблем, незначна. Вітчизняний досвід маркетингових досліджень свідчить про незначну кількість наукових виконавців [5]. Проведення маркетингового дослідження передбачає наявність відповідної методики, але конкретної методики дослідження кожного типу ринку, товару або процесу не існує.

На жаль, труднощі процесу розвитку маркетингової діяльності на українських підприємствах обумовлені недостатнім фінансуванням. Звідси впливають невтішні дані: Так, проведе-

не анкетне обстеження пов'язане зі з'ясуванням місця маркетингу в діяльності 208 фірм України, що приймали участь у 1998 році в ЕКСПО — Донбас-98, підтверджує висновок про недостатнє використання інструментарію маркетингу на ринку. Не краще положення у вітчизняних фірмах і з наявністю спеціалістів-маркетологів або маркетингових служб. Так, із 208 опитаних, 70% повідомили, що у фірмах відсутні маркетингові служби [1].

Невтішна також проблема відсутності висококваліфікованих спеціалістів в галузі маркетингу. У фірмах, де відсутні маркетингові служби і спеціалісти-маркетологи, у 30% випадків їхні функціональні обов'язки виконує керівник підприємства, у 18 — заступник керівника, у 3 — відділ реклами, у 15 — відділ збуту. У 23% фірм маркетингом ніхто не займається, у 10 — усі співробітники підприємства виконують маркетингові задачі без наявності відповідних фахових знань [1].

Слід зазначити і те, що керівництво фірм не завжди прислухається до порад, пропозицій, ідей і рекомендацій фахівців з маркетингу. Немаловажним залишається питання про використання в сфері маркетингової діяльності спеціальних комп'ютерних програм для прогнозування ринкових ситуацій. При цьому використовується лише незначна частина спеціалізованих програм: Медбейс, Медінфо, База даних — офісна система obs, Дено-про, КВС-95, 96 (Дніпропетровська фірма, інформ-96, Інтернет — пошукові сервери, програми власного виробництва). Останнім часом мережа Internet стала одним із найважливіших засобів маркетингу, що має значні переваги в порівнянні з традиційними маркетинговими каналами. Проте можливості, надані мережею Internet, настільки нові й незвичні, що більшість фірм погано уявляють, як їх правильно використовувати. У 2000 році, згідно з даними Computerworld, загальний оборот Інтернету склав близько 200 мільярдів доларів (це в 5 разів більше, ніж у 1998) [2]. Таким чином, і практична готовність Інтернет для ведення бізнесу, і реальні обороти західного бізнесу в Інтернеті призводять до висновку про те, що якщо ми збираємося рухатися разом з прогресом, то і нашому бізнесу прийдемося освоюватися в Інтернеті і використовувати цифрові гроші в найближчому майбутньому.

Якщо говорити про маркетинг узагалі, то в Україні цілком не враховується такий елемент витрат, як заохочення покупця, в той час як в усьому світі він широко використовується.

Поряд з цим багато фірм цілком або частково задовольняють свої потреби в маркетингових дослідженнях власними силами, створюючи для цих цілей відповідні структурні підрозділи. В залежності від розміру фірми, особливостей задач, що стоять перед нею, а також сформованих переконань керівництва, можливі різноманітні варіанти форм організа-

ції дослідницької діяльності фірми, що відбивають різний ступінь функціональної особливості маркетингових досліджень. Так, у маленькій фірмі вся маркетингова діяльність покладена на одного спеціаліста. Можливе і відокремлення дослідницьких функцій шляхом покладання обов'язків по проведенню маркетингових досліджень на одного або декількох спеціалістів відділу маркетингу.

Далеко не всі українські підприємства використовують маркетингові дослідження. Так, 95% опитаних респондентів відповіли, що на підприємстві не проводяться маркетингові дослідження, 5% — відповіли позитивно, із них 3% проводили самостійно маркетингові дослідження і 2 замовляли дослідження в спеціалізованих фірмах або одержували результати досліджень з інших джерел [2]. Маркетингова проблематика підприємств носить різнобічний характер. Так, 80% респондентів підкреслили, що неможливо працювати в умовах ринку без маркетингових досліджень. Причини цього криються, по-перше, в нестійкості і непередбачуваності розвитку економічної й політичної ситуації в країні і, як наслідок цього, націленістю більшості фірм на забезпечення поточного прибутку, а по-друге, у відсутності позитивного досвіду проведення таких досліджень і недооцінки вітчизняними підприємцями їхньої корисності.

В основному маркетингова діяльність більшості українських підприємств проходить у "пасивному режимі" — розсиланні рекламних проспектів своєї продукції. Робиться це через торговельні палати відповідних країн. Але практика показує, що TV-реклама і видання різноманітних буклетів і рекламних листівок не дуже ефективні для висновку контрактів. Звідси, як наслідок, непередбачуваність і хаотичність українського ринку, велика кількість підприємств нерентабельних, що стоять перед проблемою надвиробництва, в той час як велика частина продукції псується на складах.

З усього сказаного вище випливає висновок про необхідність використання маркетингових служб і розробки відповідних маркетингових моделей для українських підприємств, що надалі допоможе перебороти економічну кризу в Україні.

Література: 1. Баширов І.Х. Ще раз до питання про місце маркетингу на вітчизняному підприємстві. //Маркетинг і реклама. — 2000. — №12. — С.36-41. 2. Волков О.І. Маркетингові дослідження. //Економіка підприємства. 1999. — №4. — С. 12-21. 3. Гурін В.Н. Маркетинг — це основа. //Маркетинг і реклама. — 1999. — №6. С. 37- 42. 4. Котлер Філіпп. Основи маркетингу: Пер. з англ. — М.: Ростінтер, 1996. — 698 с. 5. Еванс Дж., Берман Б. Маркетинг: Пер. з англ. — М.: Економіка, 1997. — 732 с.

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ МЕТАЛУРГІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

УДК 338.45:669(477)

Погорелов С.Г.

Гірничо-металургійний комплекс (ГМК) — одна з базових галузей вітчизняної економіки. Її частка в загальному обсязі виробленої продукції складала у 1999 році 23,5%, у 2000 — 24%. Експорт металу займає 35% в українському товарному експорті, загальна сума складала у 1999 році 4 293,5 млн. дол., у 2000 відповідно 40% та 6 млрд. дол. (згідно з даними Держкомстату, з урахуванням експорту труб, залізорудної сировини та концентратів кольорових металів).

ГМК забезпечує майже 40% всіх валютних надходжень до України. У цій галузі працюють та мають постійно зростаючу заробітну платню майже 0,5 млн. людей. Такий вагомий внесок ГМК у промислове виробництво та економіку країни, з одного боку, дозволяє оптимістично оцінювати стан справ у ГМК, з іншого — змушує прийти до висновку, що гіпертрофоване положення цієї галузі порівняно з іншими не є позитивним фактором розвитку народного господарства. Як відомо, у гармонійно розвинутих країнах (у тому числі з розвинутою металургією) вартісний об'єм випуску продукції машинобудування завжди більший за металургію. Навіть у такій орієнтованій на експорт країні, як Японія, експорт металопрокату не перевищує 15% його виробництва. В Україні ж, навпаки, 85% прокату експортується та лише 15% споживається всередині країни. Причому якщо західні країни прагнуть експортувати кінцеву, високо-рентабельну продукцію, то експорт України має стійку тенденцію до зростання частки напівфабрикатів та продукції низької переробки, яка є найбільш енерго- та матеріалоемною, а також найбільш екологічно проблемною.

Найближчими роками ГМК України залишатиметься "стратегічною" галуззю, швидкість розвитку якої, думку автора, визначатиме та викликати-ме аналогічні процеси в інших галузях. Але вже зараз виникають певні проблеми у самій галузі. Справа в тому, що більшість обладнання, встановленого на металургійних та інших підприємствах, уже переважно застаріле й потребує капітального ремонту, модернізації, а можливо, і повного онов-

лення. До того ж це застаріле обладнання дуже матеріало- та енергоємне. Наприклад, порівнюючи витрати енергії, палива, матеріалів на металургійних підприємствах Сполучених Штатів з українськими металургійними підприємствами, з'ясувалося, що на вітчизняних підприємствах вони у 1,5–2 рази вище, та при цьому українські металурги пропонують метали за цінами, нижчими від американських.

В Україні на технічне переозброєння гірничо-металургійного комплексу витрачалися кошти, які не перевищують 3–4% від собівартості виробленої продукції. А це значно менше, ніж у країнах з розвинутою металургією. За словами представників об'єднання "Металургпром" основною причиною відставання української металургії від металургії розвинутих країн є стійке старіння основних виробничих фондів. Сьогодні у нашій країні з перевищенням нормативного строку експлуатації працюють 87% мартенівських печей, 26% конвертерів та приблизно 80% електропечей.

За прогнозами фахівців, для успішного розвитку гірничо-металургійного комплексу України та структурної перебудови галузі необхідно здійснити інвестиції в основний капітал у сумі 18–20 млрд. грн. на період до 2010 року. За їх думкою, головними джерелами фінансування можуть стати іноземні інвестиції, державні субсидії та кредити на пільгових умовах [1, с. 256]. Не можна погодитись з такою думкою, бо, як показали останні роки, іноземні інвестори не дуже бажають вкладати гроші в економіку України, та ще й у таку капіталомістку галузь, як металургія. Із загального об'єму іноземних інвестицій за всі роки незалежності у металургію України було вкладено 8% коштів, що не відповідає місцю та ролі металургії в народному господарстві. Державні субсидії — це також не вихід з положення, бо постає питання: звідки країна візьме такі гроші? Звісно, що у тих самих прибутково працюючих підприємств металургії та інших галузей, ускладнюючи і без того нелегке їх становище!

Кредити на пільгових умовах не відіграють значної ролі в інвестиційному процесі, бо вітчизняні приватні банки не ризикують вкладати гроші на довгий термін, а у держави цих грошей просто в необхідних обсягах не має. Випуск же нових грошей у обіг призведе до зростання інфляції. За думкою автора, єдиний вихід з положення — це в першу чергу застосування власних резервів підприємств поряд із застосуванням державної підтримки.

Сьогодні з'явилися умови щодо вирішення проблем розвитку металургії України у зв'язку з виходом Закону про проведення економічного експерименту у гірничо-металургійному комплексі України [2 с. 338]. Цей експеримент, період проведення якого визначений з 1 липня 1999 року по 1 січня 2002 року, являє собою істотну фінансову підтримку вітчизняних підприємств металургії з боку держави. Дія цього закону за дуже короткий термін довела його ефективність та правильну стратегічну спрямованість на відродження металургії. Наприклад, якщо у другому кварталі 1999 року середня рентабельність продаж підприємств, які беруть участь у експерименті по пільговому оподаткуванню, складала 5,9%, то вже в другому кварталі 2000 року, тобто за рік проведення експерименту, вона підвищилась до 27,6%. У зв'язку з цим важливо проаналізувати проміжні результати проведення експерименту та з'ясувати його вплив на діяльність підприємств-учасників.

Перш за все, слід відзначити, що за кордоном, та й у нашій країні теж, багато спеціалістів розглядають його проведення лише як певну систему податкових пільг, вважаючи ці пільги невиправданими, зайвими та протекціоністськими, які до того ж завдають збитків державному бюджету. В дійсності економічний експеримент являє собою фінансовий механізм використання інвестиційних ресурсів країни. У США, наприклад, з жовтня 1962 року почали застосовувати так звану "знижку" на інвестиції. Компаніям було надано право скорочувати суму, яка підлягає податковому платежу, на 7% загальної вартості зроблених у тому ж році придбань виробленого у США обладнання зі строком служби не менше 8 років. Для обладнання, яке служить 6–8 років, податкова знижка зменшувалась до 4,66%, а при строкові 4–6 років — знижувалась до 2,33%. У подальшому податкова знижка досягала 10% та використовувалась як засіб антициклічного регулювання — її періодично то відміняли, то встановлювали в залежності від стану економіки [3 с. 5]. Фактично податкову знижку для підприємств, які здійснюють реінвестицію прибутку у виробництво, можна розглядати як різновид державних інвестицій, які здійснюються за рахунок державного бюджету.

При розробці програми дій у металургії України був використаний розглянутий вище

підхід, з тією лише різницею, що частка потенціальних податкових платежів у розмірі суми "пільг" підприємствам в обов'язковому порядку використовується для інвестування не в основний, а в обіговий капітал та в заходи відносно охорони навколишнього середовища. При цьому головним засобом перерозподілу коштів бюджету було обрано зниження податку на прибуток (з 30% до 9%, яку з 1 січня 2001 збільшили до 15%). Щоб отримати податкові пільги, підприємства повинні були підвищити рентабельність продаж та відповідно об'єм доданої вартості і прибутку.

За оцінкою Держкомпромполітики, балансовий прибуток підприємств ГМК за 2000 рік склав 6,7 млрд. грн., що значно перевищив аналогічний показник 1999 року. В цілому рентабельність досягла 18,3%, частка бартеру знизилась до 11% (у 1999 році вона складала більше 30%). Можна говорити про покращення фінансового положення галузі в цілому. За 2000 рік металурги скоротили борг за газ з 419 млн. грн. до 220 млн. грн., за електроенергію — з 438 млн. грн. до 400 млн. грн., по заробітній платі — з 225 млн. грн. до 120 млн. грн. Окрім цього, ГМК, незважаючи на наявність податкових пільг, збільшив платежі до бюджету на 44% — до 1,86 млрд. грн. порівняно з 1999 роком, до Пенсійного фонду на 38,5% — до 615 млн. грн. відповідно. В металургії практично ліквідували дефіцит обігових коштів: якщо в кінці третього кварталу 1999 року він становив 4,77 млрд. грн., то до кінця 2000 року він скоротився приблизно до 250 млн. грн., кредиторська заборгованість галузі дещо зросла: з 12,8 млрд. грн. до 13 млрд. грн., тоді як дебіторська — з 5,8 млрд. грн. до 8,1 млрд. грн. Фінансове оздоровлення ГМК дозволило підприємствам збільшити об'єм капітальних вкладень з 1,6 млрд. грн. у 1999 році до 2,35 млрд. грн. у 2000. При цьому більш 90% вкладень — власні кошти підприємств, тоді як частка банківського капіталу складає лише 3%. Керівництво Донецької області заявило, що за період проведення експерименту, вперше за останні 10 років, металургійні підприємства області проводили капітальні ремонти та модернізацію обладнання [4, с. 6]. Держкомпромполітики зобов'язав усіх керівників підприємств — учасників експерименту — профінансувати заходи щодо модернізації діючого та введення в експлуатацію нового технологічного обладнання за рахунок

використання отриманого прибутку в обсягах, рівних або тих, які перевищують обсяг пільгових коштів, з 1 січня 2001 року. Обсяг коштів, спрямованих на модернізацію, оцінюється у 450 млн. грн. кожен квартал, оскільки за підсумками четвертого кварталу у розпорядженні учасників експерименту у ГМК за рахунок наданих їм пільг залишилось 445 млн. грн. У відповідності з законодавством, ці кошти спрямовуються на поповнення обігових засобів (383,5 млн. грн.) та технічне переозброєння підприємств (62 млн. грн.) [5, с. 4].

Проведений аналіз засвідчує, що в результаті експерименту положення більшості підприємств покращилось, збільшилися платежі до бюджету, скоротилась заборгованість із заробітної плати. При цьому слід відзначити, що найгірше себе почувають ті підприємства, які мають досить незначний об'єм виробництва продукції та частку на ринку, практично зношені виробничі фонди, недосконалу систему менеджменту та маркетингу. Деякі з них після підведення підсумків проведеного експерименту доцільніше буде закрити або реструктурувати, як це було з Донецьким металургійним заводом. Додаткові фінансові ресурси підприємств, які було нагромаджено в результаті проведення експерименту, дозволять реалізувати наступні пріоритетні напрямки розвитку металургії на найближчу перспективу: реструктуризацію виробничого потенціалу, вирішення соціальних проблем, зменшення витрат виробництва та забезпечення стабільної прибуткової роботи підприємств, енергозбереження і вирішення екологічних питань, реалізацію інноваційних проектів. Крім цього, проведення економічного експерименту дало поштовх для розвитку ГМК, що є позитивним прикладом застосування податкових пільг, які можуть бути поширені на інші галузі промисловості, для забезпечення їх зростання.

Література: 1. Продуктивні сили України: прогноз розвитку й розміщення на період до 2010 року. Т. 2. — К.: РВПСУ НАН України, 2000. 2. Закон про проведення економічного експерименту у гірничо-металургійному комплексі України. //Відомості Верховної Ради. — 1999. — №38. 3. Держкач Д., Майорченко В. Состояние и перспективы развития черной металлургии на пороге XX века. //Металл Украины. — 2001. — №2. 4. Информации Интерфакс Украины. //Металл Украины. — 2001. — №8. 5. Информации Интерфакс Украины. //Металл Украины. — 2001. — №15.

*Чем более точна наука, тем больше
можно из нее извлечь точных
предсказаний.
А. Франс*



экономика предприятия и управление производством

ЭКСПЕРТНО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К МОДЕЛИРОВАНИЮ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

УДК 658.7

*Пушкарь А.И.,
Евсеев А.С.*

Важнейшим направлением и основным содержанием современного этапа рыночной экономики является развитие, которое представляет собой процесс, качественно трансформирующий технологию, продукцию, способ организации производства, систему управления предприятием. Наличие факторов неопределенности приводит к тому, что проблема развития предприятия относится к классу слабоструктурированных проблем, а задачи управления развитием являются слабоформализуемыми задачами. Характер слабоформализованных задач развития таков, что они требуют для своего решения сложных и трудоемких методов, участия большого числа менеджеров и специалистов, обширной информационной поддержки.

Традиционно задачи моделирования при решении проблемы управления основываются на поиске структурно-функциональной зависимости $Y = f(X, \alpha)$, где Y — вектор выходных переменных; X — вектор входных переменных; α — вектор параметров модели. Построение такого рода единой замкнутой модели для решения

слабоформализованной задачи управления развитием, как правило, оказывается невозможным. Для преодоления такого рода трудностей в работах [1, 2] предлагается новый подход, основанный на аппроксимации слабоформализованной задачи множеством более мелких формализованных задач, для которых можно построить локальные формальные модели. Но промежуточные результаты моделирования, являющиеся выходными данными по отношению к подмоделям, входящим в единый комплекс, не могут в необработанном виде применяться в следующих подмоделях в качестве вектора входных переменных. Для согласования входов и выходов локальных подмоделей комплексная экономико-математическая модель, состоящая из совокупности формализованных компонентов, дополняется множеством блоков-преобразователей. Обработка информации в таких неформализованных модельных компонентах производится с непосредственным участием и на основе опыта лица, принимающего решения (ЛПР) и (или) системных аналитиков. Будем называть далее такие компоненты экспертными. Экспертные компоненты, кроме выполнения функции интерфейса между формальными компонентами комплексной модели (согласование входных и выходных данных подмоделей), позволяют вводить в комплексную модель слабоформализованной задачи новые знания и дополнительную информацию, которыми обладают ЛПР (системные аналитики).

Данный подход применен для разработки комплекса экономико-математических моделей материально-технического обеспечения (МТО) продуктового развития предприятия. Под продуктовым развитием понимается процесс управления

"продуктовыми" инновациями, которому соответствует комплекс задач, выделенный из классификации задач развития предприятия по функциональному признаку. Методические разработки проходят апробацию на предприятиях г. Харькова, а именно: на ХЭТЗ "Трансвязь", в ЗАО "Тантал".

В процессе моделирования были определены следующие функции экспертных компонент: интерфейс между моделями, интерфейс ЛПР-модель, источник новой информации в модели и дополнительных знаний.

1. *Интерфейс между подмоделями.* На вход экспертных компонент подается вектор выходных параметров — Y_n текущей подмодели — M_n , в соответствии с обработанными значениями массива выходных параметров — Y'_n , данные приводятся к виду, используемому в следующей подмодели — M_{n+1} , и рассматриваются как вектор входных переменных — X_{n+1} .

2. *Интерфейс ЛПР — модель.* К ЛПР из модели поступает вектор выходных параметров — Y_n . От ЛПР в модель поступает информация об отклонениях вектора результирующих параметров ε , рекомендуемых изменениях вектора входных параметров следующей подмодели ΔX_{n+1} , обработанный вектор выходных параметров — Y'_n , приведенная внешняя информация — I' .

3. *Источник новой информации в модели и дополнительных знаний.* Знания, поступающие в

модель обрабатываются, исследуются на взаимосвязь с переменными модели. Анализируется возможность встречного прямого/рефлексивного оценивания и информирования.

Взаимодействие экспертной компоненты с другими объектами моделирующей системы представлено в виде схемы на рис. 1.



Рис. 1. Схема взаимодействия экспертных компонент модели с другими объектами моделирующей системы

Модель развития МТО предприятия (точнее ее часть — управляемую систему) представим в виде взаимосвязанных множеств подмоделей и экспертных компонент $S_u = \{M_i, E_i\}$, $i = 1 \dots n$, которые образуют контур управляемой системы (рис. 2).

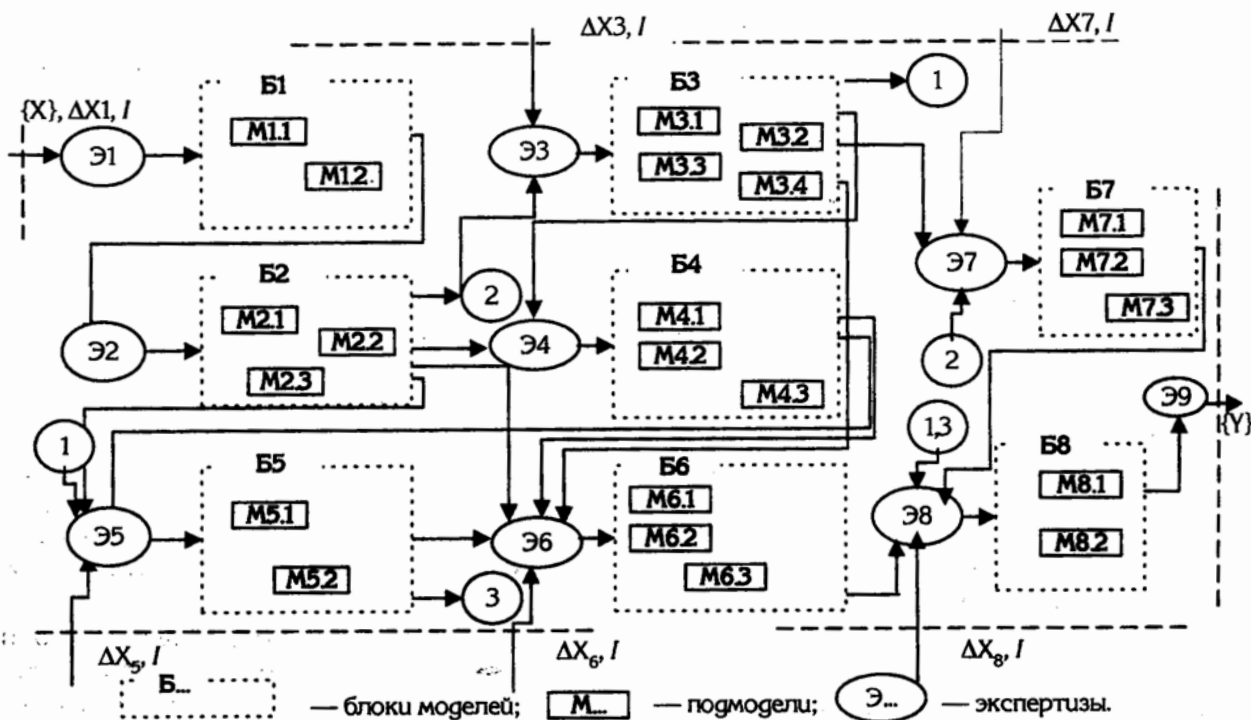


Рис. 2. Управляемая система модели развития МТО предприятия

Блоки и подмодели, приведенные в схеме (см. рис. 2), имеют следующее содержание: Б1 — Анализ и генерация конечных продуктов (М1.1 — Анализ существующих потребительских свойств, М1.2 — Генерация виртуальных прототипов конечного продукта); Б2 — Описание потребности в ресурсах — тип и качество (М2.1 — Описания типов ресурсов, спецификация, М2.2 — Стандартизация, определение субститутов, упрощение, М2.3 — Определение достаточного качества ресурса); Б3 — Определение потребности в ресурсах — количественные характеристики (М3.1 — Определение объемов потребления, М3.2 — Классификация ресурсов — производство/закупка, М3.3 — Определение достаточного уровня запаса, М3.4 — Определение периодичности потребления, величины партии закупки); Б4 — Определение условий и источников снабжения (М4.1 — Выбор системы МТО, М4.2 — Выбор поставщиков, М4.3 — Определение количества поставщиков); Б5 — Определение стоимости (М5.1 — Анализ стоимости ресурсов и условий поставки, М5.2 — Анализ скидок и дополнительных предложений); Б6 — Определение условий и агентов доставки (М6.1 — Выбор вида/видов транспорта, М6.2 — Определение маршрутов, М6.3 — Выбор транспортных организаций); Б7 — Обеспечение обслуживания (М7.1 — Выбор сервисных центров, М7.2 — Проектирование обеспечения гарантийного обслуживания, М7.3 — Проектирование обеспечения сервисного обслуживания); Б8 — Блок определения сроков и финансирования (М8.1 — Планирование цепочек и графиков производства, поставок, доставки, обслуживания, М8.2 — Определение программы финансирования, участия сторон).

В качестве основных входных переменных комплексной модели приняты следующие технико-экономические характеристики: X_1 — дата начала выпуска продукции; X_2 — производственная мощность предприятия на начало выхода продукта на рынок; X_3 — плановая стоимость единицы продукции; X_4 — плановый объем проекта (общее количество единиц в проекте). Элементы вектора основных переменных решения и выходных переменных: Y_1 — доля участия потребителя в разработке (при необходимости) инновационных материалов, комплектующих, узлов; Y_2 — разделение рисков возможных убытков, связанных с реализацией проекта; Y_3 — разделение обязанностей при нарушении условий по причине выхода из строя комплектующих; Y_4 — прогнозируемая стоимость обеспечения проекта,

стоимость комплектующих на единицу продукции; Y_5 — прогнозируемые сроки начала производства; Y_6 — динамика увеличения объема обеспечиваемых единиц.

Назначение и содержание экспертных компонент приведено в табл. 1.

Таблица 1

Назначение и содержание экспертных компонент

№	Назначение и содержание
Э1	В блоке анализируется и приводится к формату используемому в моделях, информация о свойствах продуктов конкурентов, приоритетах потребителей тенденции развития линейки аналогичных продуктов
Э2	На основе полученного виртуального прототипа изделия формализуются данные о материалах, комплектующих, узлах
Э3	Интерпретируются данные о предполагаемых объемах проекта, темпов выхода на рынок (информация поступает из внешних прогнозных моделей)
Э4	Для выбора источников снабжения обрабатываются данные о критериях отбора поставщиков. Определяются данные для разработки принципиального подхода к обеспечению ресурсами
Э5	К соответствующему виду приводится информация об условиях поставки ресурсов, дополнительном сервисе, ценовых характеристиках продукта
Э6	Формализуются данные о качественных и количественных характеристиках требуемых ресурсов. Определяются наиболее важные (для данного проекта и условий) критерии оценки транспортных организаций
Э7	Приводится к виду, используемому в моделях, информация о надежности комплектующих (поступает из внешних моделей), объемах проекта, плотности распределения конечных потребителей и сервисных центров
Э8	Обобщаются выходные данные блоков моделей — обязательства участников проекта, их описание и оценка, качественные и количественные характеристики потребляемых ресурсов
Э9	Выходная информация заключительного блока приводится к виду, необходимому для выходных переменных контура управляемой системы

Рассмотрим более подробно функции, выполняемые экспертной компонентой, и ее взаимосвязь с подмоделью на примере экспертной компоненты Э7 и подмодели М7.2 — Проектирование обеспечения гарантийного обслуживания. В экспертной компоненте Э7 на основе информации отдела маркетинга о стратегии выхода нового продукта на рынок, объемах реализуемого проекта, стратегии развития производственных мощностей строится детерминированная функция программы выпуска нового продукта; используя данные отдела конструкторских разработок об

Вариант 2 — используется менее надежный блок Камышловского завода электротехнического оборудования (Россия) ($Of = 0,48$), стоимость на начало моделируемого периода значительно ниже (1 200 грн.), начало крупносерийного производства не дает значительного снижения стоимости (до 15%), стоимость работ сервисных центров аналогична.

Вариант 3 — блок защиты с высокой надежностью Лосиноостровского ЭТЗ (Россия) ($Of = 0,23$) и высокой начальной стоимостью (3 400 грн.), изменение стоимости сильно зависит от объемов выпуска, резко увеличивается к моменту ухода с рынка, стоимость работ на 30% выше, чем в предыдущих случаях.

Вариант 4 — предлагается использовать самый недорогой узел производства Саратовского ЭТЗ (900 грн.), причем стоимость не зависит от объемов потребления, посредственная надежность ($Of = 0,54$), несложная замена комплектующих (стоимость — 50 – 100 грн.).

Результаты экспериментов, отражающие динамику изменения общих затрат на обслуживание нового вводно-защитного устройства (ВЗУ), представлены на рис. 4. в виде графика.

лектующих; для расчета общей себестоимости проекта; для проектирования системы снабжения производства нового продукта; для проектирования гарантийного и сервисного обслуживания выпускаемого продукта; для описания потребительских свойств конечного продукта; для уточнения маркетинговой стратегии продукта.

Основным преимуществом применения предлагаемого подхода к моделированию управления развитием МТО предприятия является возможность привлечения службы МТО на ранних стадиях проектирования программы развития предприятия.

Выводы. Применение экспертно-аналитического подхода в сочетании с использованием моделей системной динамики может быть положено в основу разработки прототипа моделирующей системы МТО развития предприятия. Структура моделирующей системы должна состоять из локальных субмоделей, реализующих преобразование знаний об объекте.

Экспертные компоненты служат информационными шлюзами для ввода в комплексную модель информации внешнего дополнения, для

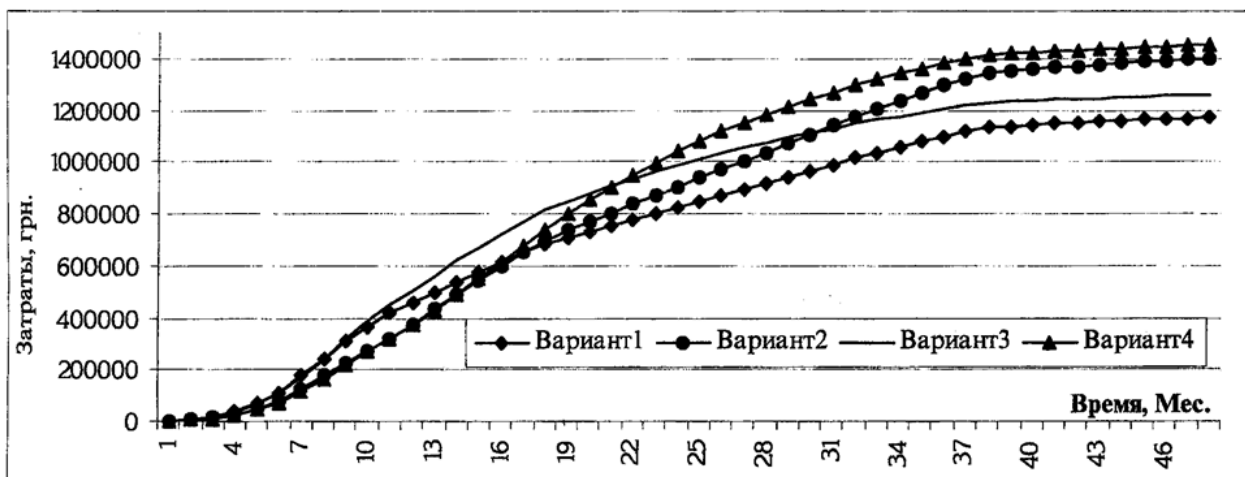


Рис. 4. Результаты экспериментов с моделью

Наиболее эффективным является первый из рассматриваемых вариантов (суммарные расходы на обслуживание по данному узлу составили 1 170 562 грн.), далее третий вариант — 1 261 760 грн., второй — 1 399 450 грн. и четвертый — 1 454 760 грн.

Полученные результаты используются для обоснования выбора одного из комп-

снятия структурных и параметрических неопределенностей.

Литература: 1. Пушкарь А.И. Концепция моделирования управляемого развития производственно-экономических систем. — Донецк: Изд. инст. экономики промышленности, 1997. — 32 с. (Препр. НАН Украины). 2. Пушкарь А.И. Модели управления развитием производственно-экономических систем: Монография. — Харьков: ХГЭУ, 1997. — 268 с.

КАТЕГОРИИ "ОБРАТИМОСТЬ" И "НЕОБРАТИМОСТЬ" В КОНТЕКСТЕ УПРАВЛЕНИЯ ТРАНСФОРМАЦИОННЫМИ ПРОЦЕССАМИ В ОРГАНИЗАЦИИ

УДК 658.1

Гордиенко Л.Ю.

Согласно Словарю иностранных слов [1, с. 516], трансформация [лат. transformation] – преобразование, превращение. Следовательно, процессы, связанные с преобразованием и превращением, являются трансформационными. Иными словами, *трансформационные процессы* – это преобразующие, превращающие процессы. Такого рода процессы могут подвергаться управленческим воздействиям, то есть планироваться, организовываться, контролироваться, координироваться. В таком случае следует говорить об управлении трансформационными процессами, под которыми в широком смысле слова следует понимать целенаправленное воздействие на процесс преобразований, превращений.

Управление всегда телеономно (греч. *телеос* (teleos) – цель, *номос* – закон), то есть целенаправленно в соответствии с законами тех систем (объектов, явлений, процессов), в которых оно проявляется. Причем если воспользоваться кибернетической точкой зрения, то в любом управляемом процессе можно выделить две части: *объект управления и управляющее устройство* [2, с. 60]. Тогда те системы, которым присущи процессы управления, следует отнести к особому виду систем, а именно: системам управления. В таких системах управление представляет собой целенаправленное воздействие на объект управления для изменения (поддержания) его состояния или поведения в соответствии с изменяющимися обстоятельствами. Таким образом, управление связано с процессом изменений состояния или поведения объекта в связи с изменяющимися обстоятельствами. То есть можно говорить, что те системы, которым присущи процессы управления, относятся к классу динамических систем. В кибернетике, как известно, не смешивают понятия "динамическая система" и "движущаяся система", т.е. система перемещающаяся, находящаяся в физическом движении [2, с. 29]. Динамическими называют те системы, в которых показатели, характеризующие состояние элементов, переменны во времени, а связи между элементами с течением времени изменяются.

Если организацию рассматривать как динамическую систему управления, то процессы, происходящие в организации, могут быть как обратимыми, так и необратимыми во времени. Вот как иллюстрирует отличие обратимых процессов во времени от необратимых известный бельгийский физико-химик, лауреат Нобелевской премии Илья Пригожин: "В отличие от обратимых во времени процессов, таких, как колебания маятника без трения, в которых будущее и прошлое играют одинаковую роль (будущее, т.е. $+t$, мы можем поменять на прошлое, т.е. на $-t$, и наоборот), необратимые процессы имеют направление во времени. Радиоактивное вещество, приготовленное в прошлом, исчезнет в будущем. Из-за вязкости поток жидкости со временем остановится" [3, с. 22].

Как отмечает далее там же И. Пригожин (см. 3, с. 22), различие между обратимыми и необратимыми процессами вошло в естествознание через понятие энтропии, связанное с так называемым вторым началом термодинамики. Энтропия (по-гречески "энтропия" означает "эволюция") уже была определена в 1865 г. Рудольфом Юлиусом Клаузиусом. Согласно второму началу динамики, необратимые процессы производят энтропию. Обратимые же процессы оставляют энтропию постоянной.

Таким образом, увеличение энтропии, о котором говорит Клаузиус, обусловлено необратимыми процессами, происходящими во Вселенной. Формулировка второго начала, предложенная Клаузиусом, стала первой формулировкой эволюционной картины мира, основанной на существовании необратимых процессов. Артур Стенли Эддингтон назвал энтропию "стрелой времени" [3, с. 23]. И все же, если исходить из фундаментальных законов физики, отмечает далее там же И. Пригожин, необратимых процессов не должно было быть. Таким образом, с XIX века существует два конфликтующих взгляда на природу: *обратимую во времени картину мира, основанную на законах динамики, и эволюционную картину мира, основанную на энтропии.*

Применительно к описанию процессов управления в организациях наблюдается подобная картина, которая может быть проиллюстрирована сравнением основных положений старой и новой парадигм управления (табл. 1), соответствующих, на наш взгляд, обратной во времени картине организации и необратимой, т.е. эволюционной картине организации.

Таблица 1

Основные положения старой и новой парадигм управления [4, с. 24]

Старая (Ф. Тейлор, А. Файоль, Э. Мэйо, А. Маслоу и др.)	Новая (Р. Уотерман, Т. Питерс, И. Ансофф, П. Друкер и др.)
1. Предприятие – это закрытая система, цели, задачи и условия деятельности которой достаточно стабильны	1. Предприятие – это открытая система, рассматриваемая в единстве факторов внутренней и внешней сред
2. Рост масштабов производства продукции услуг как главный фактор успеха в конкурентоспособности	2. Ориентация не на объемы выпуска, а на качество продукции и услуг, на удовлетворение потребителей
3. Рациональная организация производства, эффективное использование ресурсов и повышение производительности труда как главная задача менеджмента	3. Ситуационный подход к управлению, признание важности быстроты и адекватности реакции, обеспечивающих адаптацию к условиям существования фирмы, при которых рационализация производства становится задачей второго плана
4. Главный источник прибавочной стоимости – производственный рабочий и производительность его труда	4. Главный источник прибавочной стоимости – люди, обладающие знаниями (когнитариат), и условия для реализации их потенциала
5. Система управления, построенная на контроле всех видов деятельности, функциональном разделении труда, нормах, стандартах и правилах выполнения работы	5. Система управления, ориентированная на повышение роли организационной культуры и нововведений, мотивацию работников и стиль руководства

Новая парадигма требует пересмотра не только принципов управления, так как старые, как подчеркивается во 2-ом изд. учебника "Управление организацией" [4, с. 25], перестают работать в условиях предпринимательских структур, т.е. тех структур, которые ориентированы на инновации и деятельность которых связана с риском и неопределенностью. Новая система взглядов на управление известна в литературе как "тихая управленческая революция", так как ее основные положения не ориентируют на немедленную ломку и разрушение сложившихся структур, систем и методов менеджмента, а направляют организацию на функционирование в условиях изменений, осуществляя необходимые трансформации на основе предвидения изменений и на основе гибких, экстренных решений.

Согласно новой управленческой парадигме, соответствующей, как было отмечено выше, эволюционной или необратимой картине, организация – это открытая система, которая находится

внутри сложной системы природы, которая живет по своим законам и в которой, как справедливо подчеркивает И. Пригожин в [3, с. 22], необратимые во времени процессы являются правилом, а обратимые – исключением. Отсюда правомерно утверждение, что организация должна трансформироваться соответственно законам природы, меняться вместе с господствующей "картиной мира", целями и ценностями, которые ставят перед собой культура, нация, государство, общество в целом. В то же время трансформационные процессы, происходящие в организации, должны осуществляться целенаправленно, системно. Иными словами, этими процессами необходимо управлять.

Таким образом, в новых условиях у организаций возникает потребность в системах управления трансформационными процессами, вызванными внезапными и резкими изменениями во внешней среде, в технологиях, в конкуренции, и рынками как реальностью современной экономической жизни, требующими новых приемов менеджмента. Соответственно необходимо изменять и структуры управления, и приспособлять организационные механизмы к выявлению новых проблем и выработке новых решений, нежели к контролю над уже принятыми.

В теории организаций [4, с. 47] выделяют четыре типа моделей, отражающих эволюцию теоретических концепций, определяющих сущность самих организаций, роль и доминирующие функции менеджмента, а также критерии, применяемые для оценки эффективности их деятельности, а именно:

- механистическая конструкция организации (механистическая организация);

- организация как коллектив, построенный на разделении труда;

- организация как сложная иерархическая система, тесно взаимодействующая с окружением;

- организация, реализующая концепцию заинтересованных групп.

Несмотря на различия в характеристиках указанных моделей организации (табл. 2), процесс преобразований в организациях согласно этим моделям рассматривается только как интерфейс между входом и выходом (рисунок).



Рис. 1. Связь и взаимодействие внешней среды с процессом преобразования в организациях [4, с. 53]

Таблица 2

Характеристика моделей организации (разработана на основе табл. 1.14 [4, с. 55-56])

Название модели	Тип модели	Теоретическая база	Главный вид деятельности менеджмента	Критерии эффективности
Механистическая организация	Закрытая система	Школа научного менеджмента	Оперативное управление производством	Отношение результатов к затратам
Организация как коллектив, построенный на разделении труда	Закрытая система	Школа человеческих отношений и поведенческих наук	Организация и управление трудом	Экономическая эффективность с учетом факторов управления трудом
Сложная иерархическая система	Открытая система	Общая теория систем	Стратегическое управление	Системная целесообразность
Организация, реализующая концепцию заинтересованных групп	Открытая система	Теория баланса интересов заинтересованных групп	Обеспечение сотрудничества и переговорного процесса с партнерами	Социально-экономическая и политическая ориентация (баланс интересов)

Следует согласиться с мнением, приведенным в [4, с. 55], что в реальной действительности нет организаций, которые строили бы свою деятельность в полном соответствии с какой-либо одной моделью. Чаще всего в них наблюдается процесс эволюционного перехода от одних приоритетов к другим, например, от модели закрытого типа с ориентацией на оптимальное использование ресурсов к модели, представляющей собой открытую систему, результаты деятельности которой определяются по системному эффекту. В таком случае следует ожидать, что организация будет оценивать эффективность по критериям, рекомендованным обеими моделями. В деятельности многих организаций (особенно крупных) можно отметить наличие элементов всех четырех базисных концепций, каждая из которых используется там и в той мере, где и насколько это диктуется ситуационными условиями, учитывающими воздействие совокупности внешних и внутренних факторов.

Таким образом, если вернуться к категориям "обратимость" и "необратимость" в контексте управления трансформационными процессами в организации, то правомерны следующие положения:

1. Для обратимых процессов необходимы идеальные условия, что соответствует закрытым системам.

2. В условиях рынка организации следует рассматривать как открытые системы, поэтому обратимые процессы для них являются скорее исключением, нежели правилом.

3. Необратимость является характерной чертой любой организации.

4. Согласно эволюционной картине мира, небольшие вариации (изменчивость отдельных частей организации), происходящие на протяжении длительного периода времени, могут породить эволюцию на коллективном (организационном) уровне.

5. Необратимость может привести и к порядку, и к беспорядку, поэтому трансформационные процессы нуждаются в управлении.

Литература: 1. Словарь иностранных слов. — 7-е изд., перераб. — М.: Русский язык, 1980. — 624 с. 2. Алдохин И.П., Кулиш С.А. Экономическая кибернетика. — Харьков: Вища школа. Изд. при Харьковском университете, 1983. — 224 с. 3. Пригожин И. Конец определенности. Время, хаос и новые законы природы. — Ижевск: НИЦ "Регулярная и хаотическая динамика", 2000. — 208 с. 4. Управление организацией: Учебник /Под ред. А.Г. Поршнева, З.П. Румянцевой, н.А. Саломатина. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 1999. — 670 с.

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ: АНАЛИЗ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ

УДК 336.64

Василенко А.Н.

На предприятии в процессе инвестирования можно выделить два направления. Первое связано с такой инвестиционной деятельностью, когда предприятие выступает инвестором (единственным или основным). Второе — когда это предприятие выступает объектом инвестирования. Различны и задачи, необходимые для решения каждого из этих направлений.

Если предприятие является инвестором, то его цель — выбор наиболее эффективных вариантов вложений. Эта цель обеспечивается решением ряда задач, главными из которых являются: поиск и формирование возможных направлений вложений средств, анализ проектов и вариантов инвестирования, оценка и ранжирование проектов (1). При решении этих задач аналитики сталкиваются с такими основными проблемами:

обеспечение сравнимости (сопоставимости) вариантов;

прогноз денежных потоков, связанных с инвестициями, и выбор ставки дисконтирования;

прогноз внешних условий реализации проектов: выбор ключевых предположений, критических переменных и интервалов их изменения;

выбор метода ранжирования проектов и вариантов инвестирования;

определение критерия выбора эффективных вариантов.

В практике инвестиционной деятельности применяется ряд методик и процедур решения основных задач, связанных с выбором путей планирования инвестиций [1]. Эти методики и составляют инструментарий инвестиционного планирования, который ориентирован, в основном, на достижение целей, связанных с денежными оценками (максимизация прибыли, дохода и др.).

Теперь рассмотрим ситуацию, когда предприятие заинтересовано в привлечении средств для реализации проектов и выступает для внешнего инвестора объектом вложений. Целью предприятия в данной ситуации является получение необходимых финансовых средств. Достижение этой цели обеспечивается решением следующих основных задач: поиска потенциального инвестора, анализа его возможностей, целевых установок и стратегических интересов, разработки и представления инвестиционных предложений (проектов).

Успешное решение задач инвестирования как в первой ситуации, так и во второй в значительной мере зависит от инвестиционной привлекательности предприятия. Различие состоит только в том, что при анализе вариантов вложений предприятие оценивает других, а при поиске инвесторов они оценивают его. В связи

с этим понятие инвестиционной привлекательности вызывает большой интерес, а проблема измерения этой привлекательности является актуальной.

Оценка инвестиционной привлекательности предприятия формируется на основе ряда факторов, среди которых важнейшая роль отводится финансовому состоянию. Его анализ является необходимым этапом применяемых методик оценки инвестиционной привлекательности. Финансовое состояние — комплексное понятие, оно отражает обеспеченность предприятия финансовыми ресурсами, целесообразность их размещения и эффективность использования, финансовые взаимоотношения с другими юридическими и физическими лицами. Особый интерес в силу их важности имеют выявление и прогноз основных направлений изменения финансового состояния предприятия.

Таким образом, предприятие, выступающее объектом инвестирования, должно обеспечить необходимый уровень оценки своего финансового состояния. Большинство потенциальных инвесторов при оценке инвестиционной привлекательности предприятий — объектов их будущих вложений — пользуется методиками, основанными на анализе финансовых коэффициентов [1, 2]. Разнообразие этих методик базируется на единых принципах, а различия проявляются в:

количестве коэффициентов, которые участвуют в анализе, и особенностях их расчета;

глубине отражения той или иной стороны финансового состояния предприятия;

подходах к ранжированию финансовых коэффициентов и определению их важности (весомости);

методах агрегирования (свертки) коэффициентов в обобщенном показателе финансового состояния предприятия.

Несмотря на различия в методиках, они, как правило, включают анализ 4-х групп показателей: ликвидности, финансовой устойчивости, деловой активности, рентабельности. Каждая из этих групп в зависимости от степени детализации анализа может включать от 1 — 2 до 8 — 10 коэффициентов, следовательно, общее число показателей, привлекаемых для анализа, колеблется от 4 — 5 до 30 — 40.

При таком количестве показателей выбор критерия оценки полученных значений коэффициентов приобретает особое значение. Мож-

но выделить два подхода, которые используются для формирования этой оценки:

1. Определение нормативных значений анализируемых коэффициентов и сравнение с ними полученных значений.

2. Построение обобщенного показателя на основе финансовых коэффициентов и оценка его значения.

Первый подход реализуется через задание эталона — совокупности нормативных (эталонных) значений анализируемых коэффициентов. Распространенным является использование "искусственного" эталона, когда нормативные значения коэффициентов определяются независимо друг от друга. Реального образа такого эталонного предприятия может не существовать. Именно так часто и бывает. Например, не существует предприятия, у которого значения всех финансовых коэффициентов — среднеотраслевые.

Эталонные значения могут задаваться в виде интервалов, в которых колебания значения коэффициентов возможны. При этом каждому интервалу приписывается некоторая качественная оценка ("хорошо", "плохо" и др.), которая отражает содержание конкретного коэффициента. Например, если речь идет о коэффициентах рентабельности, то выделяются интервалы значений для высоко-, низко-, среднерентабельных предприятий. При интервальном задании эталонных значений могут существовать реальные предприятия, обладающие этими значениями финансовых коэффициентов и попадающие в соответствующие интервалы.

В отдельных случаях в качестве эталона можно использовать некоторое реальное предприятие. Например, это целесообразно в ситуации, когда существует фирма-аналог анализируемого предприятия по набору наиболее значимых условий и возможностей деятельности, достигшая при этом более высоких результатов.

Второй подход к формированию оценки финансового состояния заключается в построении обобщенного показателя на основе финансовых коэффициентов, значение которого далее оценивается с помощью некоторой разработанной шкалы. Реализуется этот подход путем различных методик синтеза финансовых коэффициентов в обобщенный показатель. Большинство методик базируется на про-

цедурах линейной свертки с использованием весовых коэффициентов, способы получения которых могут быть разные. Наиболее часто используются экспертные методы и корреляционно-регрессионный анализ.

Следует особо отметить попытки применения факторного анализа для оценки финансового состояния предприятия (2). Это направление непосредственно не связано с построением обобщенной оценки, поэтому выходит за рамки второго подхода, о котором шла речь выше. Данное направление базируется на использовании возможностей факторного анализа как одного из наиболее эффективных средств "сжатия" информации, выделения из нее наиболее существенной. Факторный анализ позволяет решать две важные задачи:

выявление внутренних взаимосвязей между показателями и на этой основе объединение их в группы;

оценка относительной важности показателей внутри каждой группы.

Обе задачи являются актуальными в рамках рассматриваемой проблематики. В каждой группе финансовых коэффициентов с помощью факторного анализа можно выделить наиболее важные, "информативные" с точки зрения определенного аспекта финансового состояния предприятия и таким образом "сжать" исходный массив показателей, сделав его более обозримым и доступным для аналитика. Уже этот результат является важным и конструктивным для анализа и оценки финансового состояния, и он не единственный, к которому может привести применение процедур факторного анализа. На основе анализа внутренних взаимосвязей финансовых коэффициентов возможно выделение факторов, внешнее проявление которых и отражается данными коэффициентами. Наконец, оценка относительной важности коэффициентов, которая определяется в результате факторного анализа, может быть использована при построении обобщенного показателя финансового состояния, и в этом смысле факторный анализ можно считать реализацией второго подхода к формированию оценки финансового состояния предприятия.

Оценка инвестиционной привлекательности предприятия так же, как и оценка финансового состояния, базируется на набо-

ре показателей, в который входят, наряду с финансовыми коэффициентами, еще и другие характеристики, отражающие положение предприятия и его потенциальные возможности. Представляется целесообразным и эффективным использовать для оценки инвестиционной привлекательности методы многомерного статанализа, в частности, метод кластерного анализа. Он позволяет получить группы объектов (предприятий), однородные по набору признаков (показателей). Каждая группа (кластер) характеризуется средними значениями показателей-признаков, их разбросом, что далее может быть использовано как для построения обобщенной оценки, так и для определения нормативных (эталонных) значений анализируемых показателей. Выделенные кластеры могут стать основой для определения групп более и менее привлекательных для вложений предприятий, групп "риска", причем каждая группа получает свою количественную характеристику по набору выбранных показателей.

Литература: 1. Холт Р.Н., Барнес С.Б. Планирование инвестиций: Пер. с англ. — М.: Дело ЛТД, 1994. — 116 с. 2. Томилин Н.А. и др. Выбор направления и объекта иностранных инвестиций: вопросы методологии и практики /Н.А. Томилин, Л.А. Киржнер, Т.И. Лепейко, Т.В. Меркулова. — Харьков: Основа, 1995. — 76 с.

ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ ПРЕДОТВРАЩЕНИЯ БАНКРОТСТВА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

УДК 658.16.3.016.8:338.98

Албул А.А.

Структурный кризис, поразивший экономику Украины в 90-х годах и характеризующийся глубоким спадом производства в большинстве отраслей отечественной экономики, неразрешенной до сих пор проблемой взаимных неплатежей, нестабильной финансовой ситуацией и ростом числа убыточных предприятий, можно преодолеть лишь в условиях оздоровления базового звена экономики — предприятия.

В качестве инструмента оздоровления промышленных предприятий предлагается реали-

зовывать на них стратегию предотвращения банкротства, представляющую собой набор правил и методов, с помощью которых достигается финансовая стабильность предприятия.

Специфическими отличиями стратегии предотвращения банкротства от стратегии развития является то, что положительный результат ее реализации должен быть получен в течение полутора лет [1] и то, что критерием эффективности конкретного решения в рамках этой стратегии становится максимизация денежных средств и минимизация расходов.

Формирование стратегии предотвращения промышленного предприятия от разорения и банкротства включает в себя ряд этапов.

Этап 1. Анализ внутренней среды предприятия, проводимый с целью выявления внутреннего потенциала предприятия по предотвращению банкротства, под которым автор понимает производственные, организационно-технические, технологические, кадровые, финансовые резервы, позволяющие предприятию преодолеть кризисную ситуацию и продолжить хозяйствование. Обычно анализ проводится с использованием ряда коэффициентов, показателей, на основании которых делается вывод о возможности вывода предприятия из кризиса. Автором предлагается дополнить используемую схему анализа построением матрицы оценки внутреннего потенциала предотвращения банкротства с целью получения интегральной оценки.

Процедуру построения такой матрицы предлагается разбить на шесть шагов:

1) формирование списка из 5 – 10 критических факторов внутренней среды;

2) присваивание каждому фактору весового коэффициента $k_i, 0 \leq k_i \leq 1, i = \overline{1, n}$, где n — количество факторов. Чем ближе k_i к 1, тем важнее этот фактор. Весовые коэффициенты присваиваются экспертами: специалистами-аналитиками и работниками отдела стратегического планирования;

3) присвоение (каждому фактору эксперты, полагаясь на опыт, квалификацию, знание специфики работы предприятия ставят в соответствие рейтинг) рейтинга $R_i, i = \overline{1, n}$, например, от 1 до 10, где 1 соответствует самому низкому рейтингу, 10 – самому высокому;

4) расчет взвешенного фактора по формуле

$$F_i = k_i \times R_i, i = \overline{1, n};$$

5) расчет взвешенных факторов по формуле

$$C = \sum_{i=1}^n F_i.$$

Если $C > 5$, то внутренний потенциал предотвращения банкротства предприятия высокий, если $C < 5$, то он низкий;

б) в случае участия в оценке двух и более экспертов, заполнение каждым из них предложенной формы матрицы и нахождение $C_i, i = \overline{1, m}$, где m — численность экспертов. Оценкой внешнего потенциала будет среднеарифметическая величина оценок всех экспертов \overline{C}_i .

Достоинством предложенного подхода является получение однозначной оценки внутреннего потенциала предотвращения банкротства предприятия, недостатком — высокая доля субъективности оценок, которую можно преодолеть за счет отбора в качестве экспертов только высококвалифицированных специалистов, хорошо ознакомленным с деятельностью предприятия. В табл. 1 приведена оценка внутреннего потенциала предотвраще-

ния банкротства промышленных предприятий г. Одессы.

Как видно из таблицы, внутренний потенциал предотвращения банкротства чуть выше среднего у ОА ХК "Краян" и достаточно высок у АО "Одескабель". Однако намечается тенденция к его снижению в 2000 г. по сравнению с 1999 г.

Этап 2. Анализ внешней среды предприятия проводится при помощи рассмотрения прямо и косвенно влияющих на предприятие факторов с целью выявления внешнего потенциала предотвращения банкротства промышленного предприятия, под которым автор понимает наличие сбытовых (текущих и перспективных) возможностей, а также возможностей получения внешнего финансирования. Оценка внешней среды должна обязательно сопровождаться поиском источников внешнего финансирования реализации стратегии.

Процедура построения матрицы оценки внешнего потенциала предотвращения банкротства аналогична процедуре построения матрицы оценки внутреннего потенциала предотвращения банкротства, с тем лишь отличием, что в качестве критических факторов используются факторы внешней среды, а общая сумма взвешенных оценок, большая 5, показывает высокий внешний потенциал, меньше 5 — низкий. Оценка внешнего потенциала предотвращения банкротства промышленных предприятий г. Одессы приведена в табл. 2.

Таблица 1

Матрица оценки внутреннего потенциала предотвращения банкротства ОА ХК "Краян" и АО "Одескабель" в 1999 – 2000 гг.

Фактор внутренней среды	Весовой коэффициент	ОА ХК "Краян"				АО "Одескабель"			
		рейтинг		взвешенная величина		рейтинг		взвешенная величина	
		1999	2000	1999	2000	1999	2000	1999	2000
1. Наличие основных производственных фондов для производства продукции	0,25	6	6	1,5	1,5	8	8	2,0	2,0
2. Наличие квалифицированных кадров	0,2	6	5	1,2	1	8	8	1,6	1,6
3. Наличие технологии	0,35	6	5	2,1	1,75	10	9	3,5	3,15
4. Наличие внутренних источников финансирования	0,1	4	4	0,4	0,4	4	4	0,4	0,4
5. Высокий уровень корпоративной культуры	0,1	4	4	0,4	0,4	8	8	0,8	0,8
Сумма	—	—	—	5,6	5,05	—	—	8,3	7,95

Таблица 2

**Матрица оценки внешнего потенциала предотвращения банкротства
ОА ХК "Краян" и АО "Одескабель" в 1999 – 2000 гг.**

Фактор внешней среды	Весовой коэффициент	АО ХК "Краян"				АО "Одескабель"			
		рейтинг		взвешенная величина		рейтинг		взвешенная величина	
		1999	2000	1999	2000	1999	2000	1999	2000
1. Наличие спроса на профильную продукцию	0,35	2	2	0,7	0,7	10	10	3,5	3,5
2. Наличие спроса на непрофильную продукцию, производимую предприятием	0,1	6	5	0,6	0,5	4	3	0,4	0,3
3. Возможность расширения существующего рынка сбыта	0,2	1	1	0,2	0,2	7	7	1,4	1,4
4. Возможность выхода с новой продукцией на новые рынки	0,15	6	4	0,9	0,6	4	4	0,6	0,6
3. Наличие внешнего источника финансирования	0,2	2	2	0,4	0,4	6	5	1,2	1
Сумма	–	–	–	2,8	2,4	–	–	7,1	6,8

Как видно из таблицы, АО "Одескабель" обладает внешним потенциалом предотвращения банкротства в отличие от АО ХК "Краян"; на обоих предприятиях, как и в случае с внутренним потенциалом предотвращения банкротства, наблюдается тенденция к снижению рассчитываемого показателя. Это свидетельствует об отсутствии активных действий на данных предприятиях по предотвращению банкротства, усугубляющих кризисную ситуацию.

Этап 3. После оценки внутреннего и внешнего потенциала предотвращения банкротства происходит пересмотр парадигмы развития, миссии и системы целей предприятия путем формулирования желаемых результатов, которые способствуют его оздоровлению.

Целями стратегии предотвращения банкротства являются восстановление платежеспособности, нормализация денежных потоков, платежной дисциплины, повышение эффективности производства за счет роста отдачи вложенного капитала.

Этап 4. Выбор модели поведения предприятия и базовых стратегий. Формализацию выбора модели поведения предприятия возможно произвести с помощью оценки внешнего потенциала предотвращения банкротства промышленного предприятия. Высокому внешнему потенциалу соответствует наступательная модель, низкому — защитная.

Защитная модель поведения предприятия сводится к проведению сберегающих мероприятий по сокращению всех расходов, связанных с производством и сбытом, содержанием основных фондов и персонала, что ведет к сокращению производства в целом.

Более предпочтительной моделью поведения предприятия является наступательная, когда наравне с сокращением убытков и расходов проводится активный маркетинг, внедрение перспективных технологий, обновление основных фондов, завоевание новых рынков, смена руководства, совершенствование системы управления.

После выбора защитной или наступательной модели поведения предприятия на основании оценки внешнего и внутреннего потенциала предотвращения банкротства промышленного предприятия происходит выбор одной из четырех базовых стратегий предотвращения банкротства, которые могут использоваться как для всего предприятия в целом, так и для отдельных его подразделений, при этом стратегия предотвращения банкротства будет представлена в виде комбинации базовых стратегий.

Стратегия выживания используется для предприятий и организаций, имеющих социальное или стратегическое значение для региона, полное прекращение деятельности которых

негативно скажется на его развитии. Основной стратегией выживания является минимизация затрат на производство, а также поиск альтернативных вариантов дохода.

Стратегия развития используется для предприятий с большой возможностью освоения новых рынков, но уровень специфических производственных знаний и технологий для самостоятельного существования которых достаточно велик, что затрудняет изменение ассортимента продукции, и соответственно, производственного процесса.

Стратегия перепрофилирования используется для предприятий, могущих быстро выйти на новые рынки, доля специфических производственных знаний которых мала либо устарела.

Стратегия ликвидации используется в случае отсутствия у предприятия перспектив дальнейшего развития (если есть возможность продажи предприятия и вложения средств в более выгодное дело либо желание собственника извлечь свои средства).

Выбор той или иной базовой стратегии производится с использованием графического метода оценки стратегических позиций — SPACE-метода путем позиционирования полученных значений сумм взвешенных величин внутреннего и внешнего потенциала в декартовой системе координат [2].

В качестве иллюстрации предлагаемой схемы произведем выбор базовых стратегий для ОА ХК "Краян" и АО "Одескабель" (рисунок).

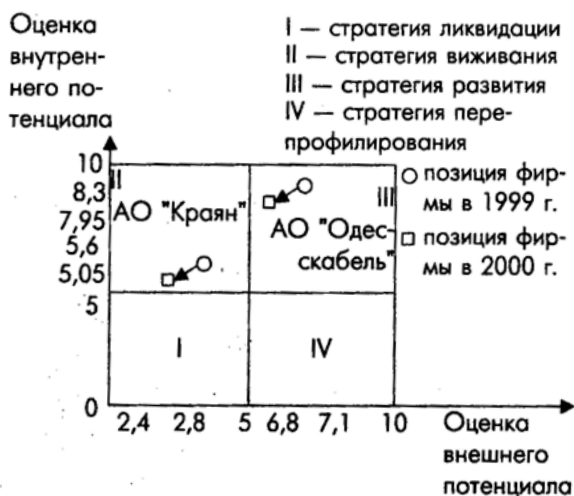


Рис. Выбор базовой стратегии для АО ХК "Краян" и АО "Одескабель" в 1999 г. и 2000 г.

Как видно из рисунка, для АО "Краян" в 1999 г. в качестве базовой стратегии рекомендовалась стратегия выживания, для АО "Одескабель" — стратегия развития. В 2000 г. рекомендуемые стратегии сохранились, но изменения во внешней и внутренней средах привели к тенденции изменения базовой стратегии для АО ХК "Краян" в сторону стратегии ликвидации, для АО "Одескабель" — в сторону стратегии выживания.

Этап 6. Разработка функциональных стратегий: маркетинговой, финансовой инвестиционной, производственной и др.

Этап 7. Реализация выбранной стратегии предполагает выбор тактических и оперативных решений по оздоровлению, после чего осуществляется составление календарного плана выполнения выбранной стратегии с указанием сроков реализации мероприятий, сотрудников, ответственных за выполнение, и критериев оценки достижения ожидаемого результата, составление ресурсной программы выбранной стратегии.

Этап 8. Оценка стратегии проводится путем сравнения результатов работы с целями. Процесс оценки используется в качестве механизма обратной связи для корректировки стратегии.

Реализация на промышленных предприятиях стратегии предотвращения банкротства позволит восстановить их платежеспособность, устранить убыточность и тем самым будет способствовать структурной перестройке экономики.

Литература: 1. Закон Украины "О возобновлении платежеспособности должника или признании его банкротом" //Голос Украины. — 1999. — №159 (2161). 2. Боумен К. Основы стратегического менеджмента: Пер. с англ. — М.: Банки и биржи, 1997. — 176 с.

ОДНА СХЕМА УПРАВЛЕНИЯ ДВУМЯ РАЗЛИЧИМЫМИ ИДЕНТИЧНЫМИ ПРИБОРАМИ

УДК-658.001.11

Румянцев Н.В.

В нынешних условиях экономической нестабильности и неопределенности, когда предприятию заранее неизвестна ситуация на рынке, его конъюнктура и величина спроса, необходимы совершенно новые ме-

тоды управления производственной деятельностью. Традиционная концепция организации производства, которая предполагает: 1) никогда не останавливать основное оборудование и поддерживать во что бы ни стало высокий коэффициент его использования; 2) изготавливать продукцию как можно более крупными партиями; 3) иметь максимально большой запас материальных ресурсов "на всякий случай", — более не способна поддерживать эффективность функционирования предприятия на должном высоком уровне. Поэтому сегодня весьма актуальным является переход от старой концепции управления производством к новой. Новая логистическая концепция организации производства включает в себя, согласно мнению А.М. Гаджинского [1], следующие основные положения: отказ от избыточных запасов; отказ от изготовления серий деталей, на которые нет заказа покупателей; устранение простоя оборудования; устранение нерациональных внутривозвратных перевозок; превращение поставщиков из противостоящей стороны в доброжелательных партнеров.

Из изложенного выше вытекает, что традиционная концепция организации производства наиболее приемлема для условий "рынка продавца", в то время как логистическая концепция — для условий "рынка покупателя".

Когда спрос превышает предложение, можно с достаточной уверенностью полагать, что изготовленная с учетом конъюнктуры рынка партия изделий будет реализована. Поэтому приоритет получает цель максимальной загрузки оборудования, причем чем крупнее изготовленная партия, тем ниже окажется себестоимость единицы изделия. Задача реализации изделия не ставится.

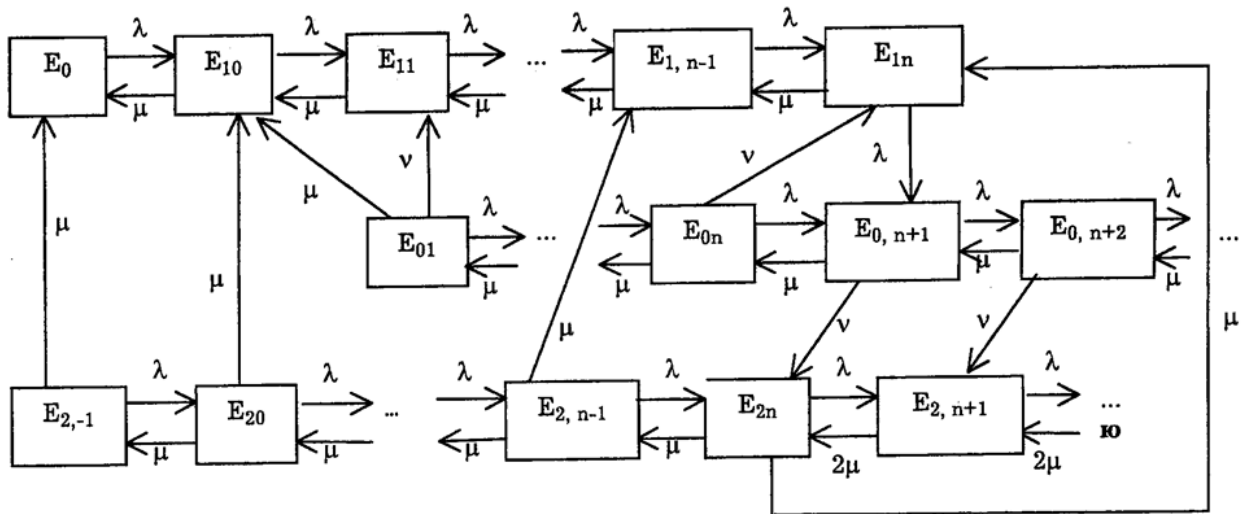
Ситуация резко меняется с приходом на рынок "диктата" покупателя. Задача реализации произведенного продукта в условиях конкуренции выходит на первое место. Непостоянство и непредсказуемость рыночного спроса делает нецелесообразным создание и содержание больших запасов. В то же время производитель уже не имеет права упустить ни одного заказа. Отсюда вытекает необходимость в гибких производственных мощностях, способных быстро отреагировать производством на возникший

спрос. Для решения этой задачи в работе группы авторов ДГУ [2] предлагается принцип холодного резервирования (отключения) неработающего оборудования, причем при переходе его в рабочее состояние предприятие затрачивает определенное время и материальные ресурсы.

Рассмотрим более подробно принцип холодного резервирования на примере металлообрабатывающего предприятия. На предприятии ведется производственный процесс, входящим потоком которого является поток заготовок, из которых изготавливается продукция. Обработка заготовок осуществляется на специальных станках, находящихся в постоянном включении. Количество станков и их общее время обработки подбирается таким образом, чтобы полностью обслуживать поток заготовок, поступающих в производство. Наиболее распространенным является пуассоновское распределение случайного входящего потока с параметром $\lambda > 0$.

Заготовки обрабатываются в порядке их поступления, причем длительность обслуживания имеет показательный закон распределения с параметром $\mu > 0$. Предположим, что, наряду с основными станками, которые поддерживаются всегда в рабочем состоянии, на предприятии имеется еще партия резервных станков, идентичных основным, которые включаются в работу, когда очередь к основным станкам достигает величины n и в производство поступает $(n + 1)$ -ая заготовка. Предположим, что резервным станкам для перехода в рабочее состояние необходимо определенное время, имеющее показательное распределение с параметром $\nu > 0$. Будем считать, что если в момент окончания обслуживания требования резервным прибором очередь меньше или равна n , то он мгновенно отключается и в дальнейшем продолжает обслуживать требования только лишь основной прибор. Для простоты предположим, что число основных и резервных приборов одинаково. Это позволяет нам представить описанную систему как систему массового обслуживания с двумя идентичными приборами.

Граф состояний описанной выше системы имеет вид:



Следовательно, случайный процесс поступления заготовок и производства продукции описывается следующими возможными состояниями:

- 1) 0 — система свободна (заготовок в очереди нет);
- 2) (0, k) — резервные станки включаются (разогреваются) и в очереди находится k > 1 заготовок;
- 3) (1, k) — основные станки работают и в очереди находятся k заготовок (k = 0, 1, 2, ..., n);
- 4) (2, k) — все станки работают, и в очереди находятся k ≥ 0 заготовок (в системе находятся k + 2 заготовки);
- 5) (2, -1) — резервный прибор занят обслуживанием требования, и в очереди нет клиентов.

Если C₁-потери, которое несет предприятие от ожидания заготовок в очереди в единицу времени, C₂-потери в связи с амортизацией резервного оборудования в единицу времени, C₃-потери в связи с разогревом резервного оборудования, тогда задача управления производственным процессом при случайном входящем потоке заготовок сводится к задаче минимизации связанных с этим издержек:

$$L(n, \rho, v, C_1, C_2, C_3) = C_1 q(n, \rho, v) + C_2 p_2(n, \rho, v) + C_3 p_0^*(n, \rho, v),$$

где q(n, ρ, v) — средняя длина очереди, p₂(n, ρ, v) — вероятность работы резервного оборудования, p₀^{*}(n, ρ, v) —

вероятность разогрева (включения) резервного оборудования. Данная задача может быть успешно решена с использованием теории массового обслуживания и методов математической оптимизации. Согласно мнению авторов "Управления и адаптации в системах массового обслуживания" [3], для нахождения оптимальных параметров ПЭС как управляемой системы массового обслуживания желательно иметь информацию о вероятностях состояний данной системы. Этому вопросу и посвящена настоящая статья.

Пусть случайный процесс ξ(t) описывает состояние системы в момент времени t, фазовое пространство которого есть множество

$$E = \{0\} \cup \{(0, k): k > 1\} \cup \{(1, k): k = 0, 1, \dots, n\} \cup \{(2, k): k \geq -1\}$$

и пусть существуют стационарные вероятности состояний процесса ξ(t):

$$\begin{aligned} P_0 &= P\{\xi(t) = 0\}, \\ P_{0k} &= P\{\xi(t) = (0, k)\}, k \geq 1, \\ P_{1k} &= P\{\xi(t) = (1, k)\}, k = 0, 1, 2, \dots, n, \\ P_{2k} &= P\{\xi(t) = (2, k)\}, k \geq -1. \end{aligned}$$

Используя граф состояний процесса ξ(t), составим следующие системы одно-родных алгебраических уравнений для вероятностей P₀, P_{0k}, P_{1k}, P_{2k} и попытаемся их решить.

Для вероятностей состояний системы p_{1k} имеем систему однородных уравнений вида:

$$\begin{cases} -\lambda p_0 + \mu p_{10} + \mu p_{2,-1} = 0, \\ -(\lambda + \mu)p_{10} + \lambda p_0 + \mu p_{11} + \mu p_{20} + \mu p_{01} = 0, \\ -(\lambda + \mu)p_{11} + \lambda p_{10} + \mu p_{12} + \nu p_{01} + \mu p_{21} = 0, \\ \dots \\ -(\lambda + \mu)p_{1,n-1} + \lambda p_{1,n-2} + \mu p_{1n} + \\ + \nu p_{0,n-1} + \mu p_{2,n-1} = 0, \\ -(\lambda + \mu)p_{1n} + \lambda p_{1,n-1} + \nu p_{0n} + \mu p_{2n} = 0. \end{cases} \quad (1)$$

Для вероятностей p_{0k} получим систему линейных однородных алгебраических уравнений:

$$\begin{cases} -(\lambda + \mu + \nu)p_{01} + \mu p_{02} = 0, \\ -(\lambda + \mu + \nu)p_{02} + \lambda p_{01} + \mu p_{03} = 0, \\ \dots \\ -(\lambda + \mu + \nu)p_{0n} + \lambda p_{0,n-1} + \mu p_{0,n+1} = 0, \\ -(\lambda + \mu + \nu)p_{0,n+1} + \lambda p_{0n} + \lambda p_{1n} + \\ + \mu p_{0,n+2} = 0, \\ -(\lambda + \mu + \nu)p_{0,n+k} + \lambda p_{0,n+k-1} + \\ + \mu p_{0,n+k+1} = 0, \quad k > 1. \end{cases} \quad (2)$$

И наконец, составим систему уравнений для стационарных вероятностей p_{2k} . Имеем:

$$\begin{cases} -(\lambda + \mu)p_{2,-1} + \mu p_{20} = 0, \\ -(\lambda + 2\mu)p_{20} + \lambda p_{2,-1} + 2\mu p_{21} + \nu p_{01} = 0, \\ -(\lambda + 2\mu)p_{2k} + \lambda p_{2,k-1} + 2\mu p_{2,k+1} + \\ + \nu p_{0,k+1} = 0, \quad k \geq 0. \end{cases} \quad (3)$$

Решение систем (1) – (3) будем искать в производящих функциях. Пусть

$$\begin{aligned} a_0(z) &= \sum_{k \geq 1} p_{0k} z^{k-1}, & a_1(z) &= p_0 + \sum_{k=0}^n p_{1k} z^{k+1}, \\ a_2(z) &= \sum_{k \geq -1} p_{2k} z^{k+1}, & b_0(z) &= \sum_{k > n} p_{0k} z^{k-1}, \\ c_0(z) &= \sum_{k=1}^n p_{0k} z^{k-1}, & b_1(z) &= \sum_{k=-1}^n p_{2k} z^{k+1}, \\ & & b_2(z) &= \sum_{k > n} p_{2k} z^{k+1}. \end{aligned}$$

Очевидно, что после несложных преобразований, заключающихся в умножении уравнений системы (2) на z в соответствующих степенях суммирования, получим соотношение для $a_0(z)$ в виде:

$$a_0(z) = \frac{p_{01} - \rho z^{n+1} p_{1n}}{\rho z^2 - z(1 + \rho + \alpha) + 1}, \quad (4)$$

где $\rho = \frac{\lambda}{\mu}$, $\alpha = \frac{\nu}{\mu}$. Так как $a_0(z)$ является аналитической функцией в области $|z| \leq 1$, то применим теорему Руше к знаменателю (4).

Обозначим через $g(z) = z(1 + \rho + \alpha) - 1$, $f(z) = \rho z^2$. Тогда в силу очевидных преобразований

$$|g(z)| = |z(1 + \rho + \alpha) - 1| \geq |z(1 + \rho + \alpha)| - 1 = 1 + \rho + \alpha - 1 = \rho + \alpha > \rho = |\rho z^2| = |f(z)|$$

получаем, что функции $g(z)$ и $f(z) - g(z)$ имеют в области $|z| \leq 1$ одинаковое число нулей, т.е. один корень, в силу того что уравнение $g(z) = 0$ имеет только один корень в указанной области. Обозначим его через z_0 . Тогда числитель выражения (4) при $z = z_0$ должен также обращаться в нуль. В силу этого:

$$p_{01} = \rho z_0^{n+1} p_{1n}, \quad (5)$$

и тогда

$$a_0(z) = \frac{\rho(z_0^{n+1} - z^{n+1})p_{1n}}{\rho z^2 - z(1 + \rho + \alpha) + 1}. \quad (6)$$

Заметим, что из полученного соотношения вероятности p_{0k} можно определить как функции вероятности p_{1n} . Аналогично из системы (3) получаем

$$a_2(z) = \frac{(1-z)p_{2,-1} + b_1(z) - \alpha z^2 b_0(z)}{(1-z)(2-\rho z)}, \quad (7)$$

причем $b_0(z) = a_0(z) - c_0(z)$. И, наконец, из системы (1) находим, что

$$a_1(z) = \frac{p_0}{1-\rho z} + \frac{\rho z^2(z^{n+1} - z_0^{n+1})p_{1n} - z b_1(z) - \alpha z^3 c_0(z)}{(1-z)(1-\rho z)}. \quad (8)$$

Для нахождения производящей функции $b_1(z)$ рассмотрим первые $(n+1)$ уравнения системы (3). Решая их относительно вероятностей p_{2k} , имеем:

$$p_{20} = \frac{1}{2+\rho} p_{21} + \frac{\rho}{2+\rho} p_{2,-1};$$

$$p_{21} = \frac{1}{2+\rho} p_{22} + \frac{\rho}{2+\rho} p_{20};$$

$$p_{2k} = \frac{1}{2+\rho} p_{2,k+1} + \frac{\rho}{2+\rho} p_{2,k-1},$$

при $k = 0, 1, \dots, n-1$. Эти соотношения можно рассматривать как уравнения в конечных разностях вида

$$p_{2k} = \frac{1}{2+\rho} p_{2,k+1} + \frac{\rho}{2+\rho} p_{2,k-1} \quad (9)$$

при $k = -1, 0, 1, 2, \dots, n - 1$, удовлетворяющие граничному условию $P_{2,-2} = 0$. Найдем явное выражение для p_{2k} с помощью метода частных решений, которые будем искать в виде $p_{2k} = x_k$. Тогда характеристическое уравнение для соотношения (10) будет иметь вид

$$x^2 - (2 + \rho)x + \rho = 0, \quad (10)$$

корни которого

$$x_1 = \frac{2 + \rho + \sqrt{\rho^2 + 4}}{2}, \quad x_2 = \frac{2 + \rho - \sqrt{\rho^2 + 4}}{2}.$$

Поэтому при произвольных постоянных C_1 и C_2 последовательность

$$p_{2k} = C_1 x_1^k + C_2 x_2^k \quad (11)$$

есть общее решение уравнения (9). Подберем константы C_1 и C_2 так, чтобы выполнялось граничное условие, которое дает соотношение $C_1 x_1^{-2} + C_2 x_2^{-2} = 0$.

Отсюда

$$C_2 = -C_1 \frac{x_2^2}{x_1^2}.$$

Итак, окончательно

$$p_{2k} = \frac{C_1}{x_1^2} (x_1^{k+2} - x_2^{k+2}), \quad (12)$$

при $k = -1, 0, 1, 2, \dots, n - 1$. Подставляя данное значение в $(n + 1)$ -ое уравнение системы (3), найдем выражение для p_{2n} :

$$p_{2n} = \frac{C_1}{x_1^2} (x_1^{n+2} - x_2^{n+2})$$

Итак, суммируя все изложенное, получаем, что выражение

$$p_{2k} = \frac{C_1}{x_1^2} (x_1^{k+2} - x_2^{k+2}), \quad (13)$$

справедливо при всех $k = -1, 0, 1, 2, \dots, n$. Теперь легко получим выражение для производящей функции

$$b_1(z) = \sum_{k=-1}^n p_{2k} z^{k+1} = \frac{C_1}{x_1^2} \left[\frac{x_1 - (x_1 z)^{n+3}}{1 - x_1 z} - \frac{x_2 - (x_2 z)^{n+3}}{1 - x_2 z} \right], \quad (14)$$

которое является функцией от C_1 .

Аналогично, решая последовательно n первых уравнений системы (2), получаем, что

$$p_{02} = \frac{1}{1 + \rho + \alpha} p_{03} + \frac{\rho}{1 + \rho + \alpha} p_{01},$$

$$p_{0k} = \frac{1}{1 + \rho + \alpha} p_{0,k+1} + \frac{\rho}{1 + \rho + \alpha} p_{0,k-1}, \quad k = 1, 2, \dots, n,$$

причем $p_{00} = 0$. Эти соотношения также можно рассматривать как уравнения в конечных разностях. Будем искать его частное решение в виде $p_{0k} = y^k$. Тогда характеристическое уравнение будет иметь вид:

$$y^2 - (1 + \rho + \alpha)y + \rho = 0, \quad (15)$$

корни которого y_1 и y_2 , причем $y_1 > y_2$. Тогда общее решение уравнения в конечных разностях будет иметь вид

$$p_{0k} = D_1 y_1^k + D_2 y_2^k,$$

где D_1, D_2 — произвольные постоянные. Граничное условие $p_{00} = 0$ дает соотношение для постоянных D_1, D_2 в виде $D_1 + D_2 = 0$. Отсюда $D_2 = -D_1$. Пусть $D_1 = M$, и тогда общее решение для вероятностей p_{0k} будет иметь вид:

$$p_{0k} = M(y_1^k - y_2^k) \quad (16)$$

Для нахождения константы M в формуле (16) воспользуемся соотношением (5). Имеем

$$p_{01} = \rho z_0^{n+1} p_{1n} = M(y_1 - y_2) = M\sqrt{D},$$

где D — дискриминант характеристического уравнения (15). Отсюда

$$M = \frac{\rho z_0^{n+1} p_{1n}}{\sqrt{D}}.$$

Итак, вероятности p_{0k} при $k = 0, 1, \dots, n$ выражаются через вероятность p_{1n} . Вычислим теперь производящую функцию $c_0(z)$. Имеем

$$c_0(z) = M \left[\frac{y_1(1 - (y_1 z)^n)}{1 - y_1 z} - \frac{y_2(1 - (y_2 z)^n)}{1 - y_2 z} \right]. \quad (17)$$

Таким образом, после проведенных вычислений, соотношения (6), (7), (8) содержат только три неизвестных величины, а именно — C_1, p_{1n}, p_0 , для нахождения которых

воспользуемся следующими соображениями. Во-первых, соотношение (7) есть аналитическая функция при $z = 1$. Это означает, что числитель при этом значении z обращается в нуль, что влечет за собой выполнение равенства $b_1(1) = \alpha b_0(1)$, из которого найдем выражение константы C_1 через p_{1n} , а именно:

$$C_1 = \frac{\rho(1 - z_0^{n+1})p_{1n} - \alpha M h}{d},$$

где

$$h = \left[\frac{y_1(1 - y_1^n)}{1 - y_1} - \frac{y_2(1 - y_2^n)}{1 - y_2} \right],$$

$$d = \frac{1}{x_1^2} \left[\frac{x_1 - x_1^{n+3}}{1 - x_1} - \frac{x_2 - x_2^{n+3}}{1 - x_2} \right].$$

Остается определить p_0 как функцию от вероятности p_{1n} . Для этого будем искать решение системы (1) в явном виде через p_{1n} . Из последнего уравнения системы (1) найдем, что

$$p_{1,n-1} = (1 + \delta)p_{1n} - \frac{\nu}{\lambda} p_{0n} - \delta p_{2n},$$

$$p_{1,n-2} = (1 + \delta + \delta^2)p_{1n} - \frac{\nu}{\lambda} [p_{0,n-1} + (1 + \delta)p_{0n}] - \delta [p_{2,n-1} + (1 + \delta)p_{2n}],$$

и т.д.

$$p_{1,n-k} = \frac{1 - \delta^{k+1}}{1 - \delta} p_{1n} - \frac{\nu}{\lambda(1 - \delta)} \sum_{i=0}^{k-1} (1 - \delta^{k-i}) p_{0,n-i} - \frac{\delta}{1 - \delta} \sum_{i=0}^{k-1} (1 - \delta^{k-i}) p_{2,n-i},$$

при $k = 1, 2, \dots, n$. Вычислим отдельно соотношение для p_{10} . Имеем

$$p_{10} = \frac{1 - \delta^{n+1}}{1 - \delta} p_{1n} - \frac{\nu}{\lambda(1 - \delta)} \sum_{k=1}^n (1 - \delta^k) p_{0k} - \frac{\delta}{1 - \delta} \sum_{k=1}^n (1 - \delta^k) p_{2k}.$$

Тогда из второго уравнения системы (1) находим выражение для p_0 :

$$p_0 = \frac{1 - \delta^{n+2}}{1 - \delta} p_{1n} - \frac{\delta}{1 - \delta} \sum_{k=0}^n (1 - \delta^{k+1}) p_{2k} - \frac{\nu}{\lambda(1 - \delta)} \sum_{k=1}^n (1 - \delta^{k+1}) p_{0k} - \delta p_{01}.$$

Зная выражение p_0 через p_{1n} , мы получаем, что все производящие функции $a_0(z)$, $a_1(z)$, $a_2(z)$ выражаются через p_{1n} , которая определяется из условия нормировки $a_0(1) + a_1(1) + a_2(1) = 1$.

Знание производящих функций $a_0(z)$, $a_1(z)$, $a_2(z)$ позволяет достаточно просто определить производящие функции числа требований в системе $\Pi(z)$ и длины очереди $Q(z)$.

Пусть p_k — вероятность того, что в системе находится k требований. Тогда

$$p_1 = p_{10} + p_{2,-1}; \quad p_2 = p_{11} + p_{20} + p_{01},$$

$$p_3 = p_{12} + p_{21} + p_{02}, \dots, p_n = p_{1,n-1} + p_{2,n-2} + p_{0,n-1},$$

$$p_{n+1} = p_{1n} + p_{2,n-1} + p_{0n}, \quad p_{n+2} = p_{0,n+1} + p_{2n}, \dots$$

$$p_{n+k} = p_{0,n+k-1} + p_{2,n+k-2}, \quad k > 1$$

и производящая функция $\Pi(z) = \sum_{k \geq 0} p_k z^k$ числа требований в системе определяется из соотношения

$$\Pi(z) = a_1(z) + z a_2(z) + z^2 a_0(z).$$

Производящая функция длины очереди $Q(z)$, определяемая как

$$Q(z) = (p_0 + p_1) + p_2 z + p_3 z^2 + \dots,$$

вычисляется через $\Pi(z)$ следующим образом:

$$Q(z) = \frac{\Pi(z) - p_0}{z} + p_0 = \frac{\Pi(z) - p_0(1 - z)}{z}. \quad (16)$$

Замечание. Можно показать, что необходимым условием существования стационарных вероятностей состояний системы является выполнение условий: $\rho < 2$, $\nu > 0$.

Пусть $q(n, \rho, \nu)$ — средняя длина очереди на обслуживание; $p_2(n, \rho, \nu)$ — вероятность работы резервного прибора; $p_0^*(n, \rho, \nu)$ — вероятность разогрева (переключения) резервного прибора. Отметим, что $p_2(n, \rho, \nu)$ можно трактовать как относительное время работы резервного прибора при стремлении к бесконечности времени работы всей системы, т.е.

$$p_2(n, \rho, \nu) = \lim_{t \rightarrow \infty} \frac{\tau_1}{t},$$

где τ_1 — время работы резервного прибора;

t — время работы всей системы.

Тогда

$$p_0^*(n, \rho, v) = \lim_{t \rightarrow +\infty} \frac{\tau_1}{t},$$

где τ_2 — время разогрева резервного прибора.

Пусть C_1 — потери, которые несет СМО от ожидания одного требования в очереди в единицу времени; C_2 — потери в связи с амортизацией резервного прибора в единицу времени; C_3 — потери в связи с разогревом резервного прибора. Тогда средние суммарные потери, которые несет система, будут иметь вид:

$$L(n, \rho, v, C_1, C_2, C_3) = C_1 q(n, \rho, v) + C_2 p_2(n, \rho, v) + C_3 p_0(n, \rho, v). \quad (18)$$

Таким образом, задача оптимизации стратегии обслуживания резервным прибором заключается в минимизации (18) по n при заданных ρ, v, C_1, C_2, C_3 .

Для нахождения длины очереди $q(n, \rho, v)$ обычно используют следующее соотношение: $q(n, \rho, v) = Q(1)$. Вычислять ее тоже не будем, ввиду громоздкости получаемого выражения. И наконец вычислим:

вероятность включения резервного прибора:

$$p_0^*(n, \rho, v) = a_0(1) = \frac{\rho(1 - z_0^{n+1})}{\alpha} p_{1n}; \quad (19)$$

вероятность того, что резервный прибор находится в рабочем состоянии:

$$p_2(n, \rho, v) = a_2(1) = \frac{p_{2-1} + \alpha [2b_0(1) + b_0'(1)] - b_1'(1)}{2 - \rho}. \quad (20)$$

Подставляя формулы (19), (20) и значение $q(n, \rho, v)$ в формулу (18), получим явное выражение функции суммарных потерь, минимизируя которую получим оптимальное управление данной СМО.

Литература: 1. Гаджинский А.М. Логистика. — М: Информационно-внедренческий центр "Маркетинг". — 1999. — 228 с. 2. Лысенко Ю.Г., Петренко В.Л., Румянцев Н.В. Концепция логистического управления производственно-экономических систем на основе теории массового обслуживания. //Вестник Донецкого Университета, Серия В: Экономика и право. — 2001. — №2. С. 173-178. 3. Горцев А.М., Назаров А.А., Терпугов А.Ф. Управление и адаптация в системах массового обслуживания. — Изд. Томского университета, Томск, 1978. — 208 с.

СТОИМОСТНАЯ ОЦЕНКА И УЧЕТ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ КОМПЬЮТЕРИЗАЦИИ

УДК 657.447:658.87 Абдель-Вахаб М. Равадех

Наблюдаемые в настоящее время тенденции в современном бизнесе свидетельствуют о значительном росте факторов нематериальной природы в деятельности современных предприятий. С одной стороны — это факторы, связанные с увеличением роли информации в деятельности предприятий и проявляющиеся через использование компьютерных технологий; с другой — факторы изменения самого производства, связанные с новыми возможностями, порождаемыми компьютеризацией. Эти обстоятельства требуют совершенствования учета нематериальных активов предприятий.

Рассмотрим основные факторы нематериальной природы, которые следует брать во внимание при организации учета нематериальных активов в условиях компьютеризации.

Изменения в потребительских ценностях проявляются в том, что люди сейчас заинтересованы в иррациональных факторах — таких, как, например, история продукта, или на экологическом факторе. Многие магазины рекламирует не продукт, а ценности, продается не продукт, а имидж.

Возрастает роль информационных ресурсов в жизнедеятельности компаний. Из числа обследованных Техасским университетом компаний, которые потеряли свои информационные базы, 50% покинули бизнес за одну ночь; 90% — за 2 года. С внедрением Internet потребитель видит все свои выборы; фазы покупки (информирование, покупка, доставка) могут быть собраны в одну точку на сайте в Internet. Многие продукты (компьютерные программы, базу данных, страховку) покупатель может получить сразу. Компьютеризация ведет к тому, что бизнес, основанный на физических ресурсах, не имеет неоспоримых конкурентных преимуществ. Появилось понятие "бизнес с "нулевой гравитацией" — ситуация, когда компании стремятся потерять материальные активы, а не приобрести их.

Все перечисленные тенденции приводят к возрастанию роли нематериальных активов и,

прежде всего, таких, которые по своему содержанию являются объектами информационной природы (ИП). Для предприятий торгового профиля наиболее часто используемыми нематериальными активами информационной природы являются: *товарные знаки и торговые марки, фирменное название, право на программы для ЭВМ, право на базы данных.*

Нематериальные активы ИП учитываются в статье "**Нематериальные активы**", где отражается стоимость объектов, отнесенных к таковым в соответствии с положениями П(С)БУ 8 "Нематериальные активы" и учитываемых в плане счетов на одноименном синтетическом счете 12. В этой статье приводятся отдельно остаточная стоимость; первоначальная стоимость; износ, равный сумме амортизации, начисленный в соответствии с п. 25 – 31 П(С)БУ 8.

Стоимостную оценку и учет нематериальных активов предприятий в условиях компьютеризации целесообразно выполнять с учетом следующих рекомендаций.

Этап 1. Идентификация нематериальных активов

Цель данного этапа — превращение нематериальных объектов в имущество предприятия в виде объектов бухгалтерского учета.

Идентифицированный актив — это приобретенный актив, который на дату приобретения отвечает следующим критериям: оценка актива может быть достоверно определена; в будущем при его использовании ожидается получение экономических выгод. Возможность идентификации означает, что актив можно отделить от предприятия. Будущая экономическая выгода — потенциал, который может способствовать поступлению на предприятие (прямо или непрямо) денежных средств и их эквивалентов.

В соответствии с П(С)БУ 8 приобретенный нематериальный актив признается как актив, то есть отражается в балансе, если существует вероятность того, что предприятие получит в будущем экономические выгоды, связанные с использованием такого актива, или можно достоверно определить его стоимость [1,7].

Этап 1.1. Идентификация прав на отдельные объекты активов

Содержательно идентификация объектов нематериальных активов ИП соответствует инвентаризации всех видов нематериальных активов с

учетом надлежащего документального оформления. В качестве объектов учета могут быть представлены письменное или графическое описание, схемы, чертежи, накопители на магнитных дисках (винчестеры, дискеты, CD-ROM), образцы продукции, а также другие носители нематериальных активов.

Следующим шагом методики является идентификация документации, которая подтверждает право собственности на объекты нематериальных активов. На этом шаге выявляется правильность юридического оформления объектов нематериальных активов. Это обеспечивает их правовую защиту и охрану.

Объекты нематериальных активов ИП, как правило, относятся к объектам, охраняемым свидетельствами, выданными органами, уполномоченными государством (программы для ЭВМ, WEB-сайты, базы данных).

В качестве документов, подтверждающих наличие собственников на каждый из объектов нематериальных активов, могут использоваться: патенты, свидетельства, лицензионные договоры и свидетельства, договоры заказа на создание объектов нематериальных активов сторонними организациями либо на самом предприятии, договоры переуступки прав, акты приема-передачи при безвозмездной передаче прав на объекты нематериальных активов.

Этап 1.2. Идентификация фактов участия отдельных составляющих нематериальных активов в хозяйственной деятельности предприятия

Данный этап является наиболее сложным при подготовке объектов нематериальных активов к включению в бухгалтерские отчеты. Участие отдельных составляющих нематериальных активов в хозяйственной деятельности предприятия базируется на двух параметрах: длительности использования нематериального актива в хозяйственной деятельности предприятия (не менее 12 месяцев); зафиксированные факты, подтверждающие наличие доходов от нематериального актива.

На включение в хозяйственную деятельность предприятия объектов нематериальной природы оказывает влияние и такой фактор, как условия возникновения его на предприятии: приобретение за плату у других предприятий и лиц (на основе фактически произведенных затрат); создание на предприятии (на основе

суммы приведенных затрат); внесение учредителями (на основе договоренности сторон); получение от юридических и физических лиц безвозмездно.

Может возникать проблема участия в хозяйственной деятельности предприятия объектов информационной природы, переданных на безвозмездной основе, поскольку при этом отсутствует факт наличия затрат. Разрешение данной коллизии следует основывать на том, что денежное выражение свойств объектов нематериальной природы является не историческим фактом, а денежной оценкой их полезности в будущем времени. Поэтому оценку имущества, проводимую в связи с включением объектов информационной природы в бухгалтерскую отчетность, следует основывать не только на первоначальных затратах приобретения, но и на затратах, связанных с использованием указанных объектов на предприятии.

Нематериальный актив отражается в балансе тогда, когда по отношению к нему выполняется один из критериев использования. Актив можно:

использовать отдельно или вместе с другими активами в производстве товаров или предоставлении услуг, предназначенных для реализации;

обменять на другие активы;

использовать на погашение задолженности;

распределить между собственниками предприятия;

использовать в хозяйственной деятельности предприятия, направленной на получение прибыли.

Если нематериальный актив ИП не отвечает указанным критериям, то затраты, связанные с его приобретением или созданием, признаются затратами того отчетного периода, на протяжении которого они были осуществлены, без признания таких затрат в будущем нематериальным активом.

Этап 2. Оценка нематериальных активов

В состав нематериальных активов информационной природы с указанием их стоимости в качестве учетных единиц включаются не объекты интеллектуальной собственности, а права на эти объекты. Перечень прав на интеллектуальную продукцию должен быть оформлен соответствующим списком видов этой продукции с документальным подтверждением прав собственности.

При покупке нематериального актива ИП в состав его стоимости включаются цена (стоимость) приобретения (кроме полученных торговых скидок), таможенная пошлина, не прямые налоги, которые не подлежат возврату, и другие затраты, непосредственно связанные с приобретением и доведением этого актива до состояния, пригодного для эксплуатации.

При создании информационного продукта на предприятии в состав стоимости нематериального актива включаются прямые затраты на оплату труда, прямые материальные затраты и другие затраты, непосредственно связанные с созданием этого актива и приведением его к состоянию, пригодному для использования.

При покупке информационного продукта путем обмена на подобный объект в состав стоимости нематериального актива включаются либо остаточная стоимость переданного актива, либо справедливая стоимость переданного актива.

При внесении нематериального актива в уставный капитал, безвозмездном получении нематериального актива в состав стоимости нематериального актива включается справедливая стоимость полученных нематериальных активов.

Этап 3. Учет поступления и создания нематериальных активов

Для документирования операций по учету нематериальных активов ИП можно использовать типовые формы документов для учета основных средств, к которым прилагаются документы, которые описывают сам объект или порядок его использования, а также документы, которые подтверждают те или другие имущественные права предприятия. В случае приобретения каких-либо авторских прав отображение их в учете может быть осуществлено только на основании договора с юридическим или физическим лицом — продавцом этих авторских прав. Для отображения в учете приобретенных "ноу-хау" предприятие должно иметь полное словесное и отображающее его описание [1].

Этап 4. Учет амортизации нематериальных активов

Согласно п. 25 П(С)БУ 8, начисление амортизации нематериальных активов осуществляется в течение срока полезного использования, который устанавливается предприятием при признании этого объекта активом (зачислении на баланс).

Выбор метода определения срока полезного использования зависит от вида самого актива. Например, при определении периода полезного использования компьютерной программы целесообразно применять первый метод, так как затраты, связанные с ее эксплуатацией, будут носить не прямой характер (их нельзя распределить целесообразным путем между единицами производимой продукции) в отличие от патента на полезную модель, где приемлемо использование второго метода определения срока полезного использования [2].

Начисление амортизации нематериальных активов ИП осуществляется с месяца, следующего за месяцем, в котором актив стал пригоден для использования, и заканчивается месяцем, следующим за месяцем выбытия. Амортизация начисляется на протяжении периода полезного использования актива, но не больше 20 лет, по методу, выбранному предприятием, исходя из условий получения будущих экономических выгод. Если такие условия определить невозможно, то используют прямолинейный метод. Расчет амортизации осуществляется согласно П(С)БУ 7 "Основные средства" [1, 2, 3].

В налоговом учете согласно пп. 8.3.9 ст. 8 "Закона о налоге на прибыль" нематериальные активы амортизируются в течение срока полезного использования, который устанавливается плательщиком налога самостоятельно, но не более чем на 10 лет. (В США используется "разумный период", который составляет на период до 40 лет).

При начислении износа по необоротным активам дебетуются счета издержек производства или обращения ("Основное производство", "Вспомогательное производство", "Общепроизводственные расходы") и кредитуется счет "Амортизация нематериальных активов"

Этап 5. Учет выбытия нематериальных активов

Причиной выбытия нематериальных активов может быть: реализация нематериальных активов; списание с баланса по непригодности (невозможности получения в дальнейшем экономических выгод); безвозмездная передача нематериальных активов; передача нематериальных активов в качестве взноса в уставный фонд другого предприятия; выбытие вследствие обмена на другой актив.

При реализации подлежащих амортизации нематериальных активов, согласно пп. 8.3 ст. 8 "За-

кона о налоге на прибыль", в валовой доход включается положительная разница между суммой реализации и остаточной стоимостью объекта продажи. Если же разница получается отрицательной, то она подлежит отражению в составе валовых расходов. В случае же реализации нематериальных активов, которые в налоговом учете не амортизировались, то есть затраты на их приобретение были в полной сумме включены в состав валовых расходов, то валовой доход исчисляется исходя из договорной стоимости. Такая операция является также объектом для начисления налога на добавленную стоимость.

В отличие от самостоятельной ликвидации основных средств, операции по самостоятельной ликвидации нематериальных активов не являются объектом обложения налогом на добавленную стоимость [1, 2, 4, 5].

Этап 6. Инвентаризации нематериальных активов

Нематериальные активы отражаются в инвентаризационной описи по первоначальной стоимости с указанием суммы износа, даты приобретения, срока полезного действия [2]. Правильный учет и включение нематериальных активов информационной природы в хозяйственный оборот предприятия приводит к снижению налогооблагаемой базы предприятия и тем самым повышает эффективность его хозяйственной деятельности. Например, затраты на приобретение лицензии сроком более одного года учитываются на счете "Капитальные вложения" и затем списываются на счет "Нематериальные активы". В случае если этот срок меньше одного года, налоговые органы могут потребовать списания указанной стоимости на уменьшение чистой прибыли или фондов предприятия.

Литература: 1. Бухгалтерський, фінансовий облік. Підручник /За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. — Житомир: ЖІТІ, 2000. — 608 с. 2. Кононенко О. Учет нематериальных активов в соответствии с П(С)БУ. — Харьков: Фактор, 2000. — 64 с. 3. Садовников А.А., Гончаров Е.В. Нематериальные активы — новый объект учета в условиях рыночной экономики //Вісник Східноукраїнського державного університету. — 1999. — №5. — С. 126-128. 4. Ковалев Д.С. Порядок отражения приобретения, продажи и начисления амортизации нематериальных активов предприятия //Все о бухгалтерском учете. — №113. — С. 14-17. 5. Алексеева А., Бакун Ю. Нематериальные активы: порядок отражения в бухгалтерском учете операций по поступлению и выбытию согласно национальным стандартам бухгалтерского учета //Все о бухгалтерском учете. — 2000. — №83. — С. 4-9.

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ

УДК 303.62:316.343.656

Б.Г. Савченко

Социологическое исследование представляет собой процедуру анализа социальной действительности, которая дает возможность систематизировать факты относительно социальных явлений и процессов. Особую роль они имеют для разрешения вопросов стратегического планирования и управления персоналом организации. В отличие от информации о происходящих на различных уровнях народного хозяйства экономических процессах, поступление которой в значительной степени упорядочено через отраслевые и общегосударственные каналы, социологическая информация в стране в достаточной мере не собирается. Поэтому социологические исследования являются основным источником необходимой информации.

Среди методов социологического исследования особое место занимает анкетирование, которое дает наиболее объективные результаты, хотя и нуждается в значительных затратах времени. Однако анкетирование имеет значительное преимущество перед другими методами исследования в том, что при нем влияние интервьюера на респондента минимальное. Это повышает объективность, качество и надежность исследования.

Кафедрой государственного строительства факультета повышения квалификации Харьковского регионального института Украинской академии государственного управления было проведено анкетирование заместителей начальников областных управлений Харьковской, Сумской, Полтавской и Луганской областей, руководителей и главных специалистов управлений облгосадминистраций: экономики, финансовых управле-

ний райгосадминистраций и их кадрового резерва. В анкетировании приняли участие также работники государственных казначейств, контрольно-ревизионных управлений, региональных отделов Фонда госимущества, государственных налоговых администраций, которые работают на своих должностях с сентября 2000 года. Характеристика респондентов дана в таблице 1.

Таблица 1

Характеристика респондентов

Показатели	Всего		В том числе			
	количество	%	Мужчины		Женщины	
			Кол.	%	Кол.	%
Молодежь	41	37,6	17	40,47	24	35,82
Средний возраст	52	47,72	11	26,19	41	61,19
Старший возраст	16	14,68	14	33,34	2	2,99
Всего	109	100	42	100	67	100

Данные таблицы показывают, что в исследовании приняли участие в основном работники среднего возраста и молодежи, из которых 65 женщин (59,63%). Среди работников среднего возраста, т.е. людей, которые имеют достаточный жизненный опыт, преобладают также женщины, которые составляют 37,6% от общего количества респондентов, т.к. женщины более ответственно выполняют работу, связанную с решением экономических, финансовых и контрольно-ревизионных вопросов, где требуется внимание, кропотливость и аккуратность. Это говорит о том, что в администрациях всех четырех областей серьезное внимание уделяют повышению качества работы среднего звена,

Анкета содержала 2 вопроса:

когда на работе вы чувствовали себя особенно хорошо;
когда на работе вы чувствовали себя особенно плохо.
В табл. 2 приведены ответы на первый вопрос.

Таблица 2

Результаты ответов на вопрос "Когда на работе вы чувствовали себя особенно хорошо"

№ п/п	Ответы на вопрос	Всего		Мужчины			Женщины		
		Количество	%	Количество	% ко всем	% к колич. мужчин	Количество	% ко всем	% к колич. женщин
1	Признание и одобрение результатов работы	82	16,02	29	5,66	13,88	53	10,35	17,49
2	Успешное завершение задания	72	14,06	27	5,27	12,92	45	8,79	14,85
3	Повышение заработной платы	55	10,74	21	4,10	10,05	34	6,64	11,22
4	Степень непосредственного контроля работы	50	9,77	21	4,10	10,05	29	5,66	9,57
5	Возможность творческого и делового роста	45	8,79	21	4,10	10,05	24	4,68	7,93
6	Удовлетворение политикой руководства	42	8,20	16	3,13	7,66	26	5,08	8,58
7	Улучшение условий труда	39	7,62	17	3,32	8,13	22	4,30	7,26
8	Улучшение отношений с сотрудниками	37	7,23	16	3,13	7,66	21	4,10	6,93
9	Улучшение отношений с руководством	34	6,64	12	2,34	5,74	22	4,30	7,26
10	Продвижение по службе	32	6,25	16	3,13	7,66	16	3,13	5,28
11	Высокий уровень ответственности	24	4,68	13	2,54	6,20	11	2,15	3,63
	Всего	512	100,00	209	40,82	100,00	303	59,18	100,00

Как видно из таблицы, особенно хорошо работники чувствовали себя тогда, когда результаты их работы находили признание и одобрение — 16,02%, а также когда задание заканчивалось успешно — 14,06%, что в сумме составляет почти треть часть (30,08%), это характерно как для мужчин, так и для женщин. И только после этого идет фактор повышения заработной платы — 10,74%. Это говорит о том, что в процессе труда служащие оценивают успех и результат работы более значительно, чем повышение заработной платы. Но данные табл. 3 свидетельствуют, что больше всего неудовлетворенность они ощущают, когда заработная плата не повышается — 16,51%. Т.е. качество работы, ее успешное завершение необходимо поддерживать материально.

Второе место среди негативных факторов занимает невозможность завершить задание в установленный срок — 16,21%, т.е. немного меньше, чем неудовлетворенность отсутствием роста заработной платы. Но невозможность завершить задание в установленный срок женщины переживают значительно острее, чем мужчины (10,7% и 5,5% соответственно). Это говорит о том, что женщины более ответственно относятся к работе.

Таким образом, невзирая на то, что материальные условия являются решающими, значительная часть государственных служащих уделяет серьезное внимание качеству работы, успешному ее выполнению и переживает невозможность завершить ее в установленный срок. А это, в свою очередь, говорит о том, что конкурсная основа принятия на работу дает возможность органам управ-

ления объективно отбирать на государственную службу наилучших рабочих.

Почти в 10%-ых случаях неудовлетворенность служащих возникает, когда руководители наказывают их без особых на то причин. Женщины воспринимают это значительно острее чем мужчины (5,81% против 3,98%). Поэтому руководителям необходимо отказаться от наказания без причин, а если уж такое случается, необходимо приносить извинения. От этого авторитет руководителя только повысится, особенно среди женщин.

Значительное внимание государственные служащие уделяют таким факторам, как непосредственный контроль руководителей за их работой (9,77%), возможность творческого и делового роста (8,79%) и удовлетворение политикой руководства в области кадровых вопросов (8,2%). Значительно меньше внимания уделяется улучшению условий труда, отношениям с коллегами и руководителями. Но когда условия труда не улучшаются, а отношения с коллегами и руководителями не складываются, служащие оценивают эти факторы достаточно высоко — от 7,65% до 9,17%, и к ним женщины относятся более остро, чем мужчины. Поэтому руководителям, в коллективах которых работают преимущественно женщины, следует уделять этим вопросам более серьезное внимание.

Характерной особенностью исследования является абсолютно одинаковый уровень отношений мужчин и женщин к продвижению по службе — 3,13%, что вызывает ряд вопросов, которые можно решить с помощью последующих исследований.

Таблица 3

Результаты ответов на вопрос "Когда на работе вы чувствовали себя особенно плохо"

№п/п	Ответы на вопрос	Всего		Мужчины			Женщины		
		Количество	%	Количество	% ко всем	% к колич. мужчин	Количество	% ко всем	% к колич. женщин
1	Отсутствие роста заработной платы	54	16,51	15	4,59	14,42	39	11,93	17,49
2	Невозможность выполнить задание в срок	53	16,21	18	5,50	17,31	35	10,70	15,70
3	Наказание руководителем без особых причин	32	9,79	13	3,98	12,51	19	5,81	8,52
4	Ухудшение условий труда	30	9,17	9	2,75	8,65	21	6,42	9,42
5	Ухудшение отношений с руководством	28	8,56	8	2,45	7,69	20	6,12	8,97
6	Отсутствие делового и творческого роста	28	8,56	9	2,75	8,65	19	5,81	8,52
7	Ухудшение отношений с сотрудниками	25	7,65	9	2,75	8,65	16	4,89	7,17
8	Низкое качество выполненной работы	21	6,42	6	1,83	5,77	15	4,59	6,73
9	Монотонная работа без роста заработной платы	20	6,12	5	1,53	4,81	15	4,59	6,73
10	Ежедневный контроль со стороны руководителя	15	4,59	5	1,53	4,81	10	3,06	4,48
11	Неудовлетворенность политикой руководства	14	4,28	4	1,22	3,85	10	3,06	4,48
12	Низкий уровень ответственности	7	2,14	3	0,92	2,88	4	1,22	1,79
	Всего	327	100,00	104	31,80	100,00	223	68,20	100,00

Таким образом, результаты анкетирования заместителей начальников управления и руководителей экономических отделов четырех областей, проведенные впервые, свидетельствуют, что руководители государственных органов указанных в статье областей довольно объективно и грамотно подходят к разрешению вопросов планирования кадров, хотя и имеют в этом немало недостатков. Но тот факт, что уровень неудовлетворенности политикой руководства составляет всего 1,22% у мужчин и 3,06% у женщин, говорит о том, что планирование кадровых вопросов находится на достаточно высоком уровне.

Литература: 1. Сероштан Н.А., Алдохин И.П. и др. Социология труда. — Харьков: Основа, 1990. — 212 с.

КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ ВИРОБНИЧОЇ АДАПТАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ДО НОВИХ УМОВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

УДК 331.1083

Шкурко В.В.

В умовах трансформації економіки країни, націленої на якісні перетворення всіх сторін життя суспільства, особливе місце надається людському чиннику. З підвищенням його ролі в суспільстві пов'язане успішне розв'язання завдань цього періоду в Україні.

Без активізації людського чинника, без врахування різноманітних інтересів працівників, трудових колективів, різних соціальних груп, без опори на них, без залучення їх до активної творчої праці неможливо вирішити ці питання, змінити соціально-економічне становище в Україні.

Актуальність цієї проблеми в країні обумовило підготовку даної статті.

На думку автора, виробнича адаптація персоналу — це процес і результат перебудови функціонування організму, поведінки і діяльності працівника у відповідь на нові вимоги виробничого середовища, також на його зміни в ході задоволення адаптаційної потреби працівника з метою забезпечення їх взаємної ефективної діяльності і розвитку.

Структура виробничої адаптації персоналу складається з наступних видів: професійної адаптації, організаційної адаптації, соціально-психологічної адаптації, матеріально-побутової адаптації та адаптації у сфері дозвілля.

Визначення структури виробничої адаптації персоналу ґрунтується на ефективності зв'язків і відносин, які виникають між адаптантом і підприємством та встановленими зв'язками між самими видами виробничої адаптації персоналу. Величина і сила цих взаємозв'язків і обумовлюють ефективність процесу виробничої адаптації персоналу.

Нами проведено соціологічні дослідження процесу виробничої адаптації працівників швейної галузі в центральних та східних областях України до нового внутрішнього і зовнішнього середовищ.

Дослідження підтверджують, що на швидкість процесу виробничої адаптації впливають чисельні чинники, які по-різному характеризують рівень працівників, які працюють, поступають чи звільняються з підприємств.

Аналізуючи основні мотиви звільнень з підприємства з врахуванням середнього стажу роботи на фабриках, ми встановили, що ці мотиви можна умовно розбити на три групи:

при середньому стажі роботи звільнених від 0,8 років до 2,0 років — це чинники, пов'язані з недостатньою профорієнтаційною роботою, проведеною (в основному) з молодими людьми, які складають елементи професійної сфери виробничої адаптації (подальше оволодіння професійних якостей, закріплення позитивних установок до функцій вибраної спеціальності);

при середньому стажі роботи звільнених від 2,0 років до 3,3 років — фактори, пов'язані з заробітною платою, житлом, організацією та умовами праці, що складають елементи організаційної та матеріально-побутової сфери виробничої адаптації (взаємозв'язок новачка з приводу режиму роботи, трудового розпорядку дня та трудового ритму підприємства і трудової дисципліни);

при середньому стажі роботи звільнених від 3,4 до 5,0 років — це мотиви, пов'язані з шкідливими умовами праці, станом здоров'я та відносинами з адміністрацією, незадоволеність заробітною платою і відповідністю умов для професійного росту, які складають елементи соціально-психологічної сфери виробничої адаптації.

Підводячи підсумки вказаного аналізу, за поглядом автора, необхідно висловити наступні пропозиції відносно працівників, які звільняються з підприємства.

Щодо першої групи персоналу, то, безперечно, це ще молоді за віком люди, які не в повній мірі визначились зі своєю професією і тому пропрацювали на підприємстві від 0,8 до 2 років. Чинники, які вплинули на їх звільнення, звертають увагу на те, що необхідно використати всі елементи професійної виробничої адаптації в роботі з молоддю, особливо в перші місяці праці,

щоб зменшити плинність кадрів на підприємстві в цілому.

У другій групі працівників, яка протрималась до 3,3 років, основні мотиви звільнення підкреслюють, що це вже робітники, які засвоїли технологію виробництва, але не задоволені її організацією, рівнем зарплати, забезпеченістю житлом. Тому рекомендації щодо роботи з таким персоналом необхідно проводити тільки методом професійного переконання та наведенням безперечних конкретних фактів (як позитивних, так і негативних). Питання матеріально-побутового характеру необхідно в міру можливості підприємства задовольнити або запропонувати вирішення цих питань в короткі строки.

Третя група працівників – це вже професіонали виробництва, які звільняються за мотивами соціально-психологічного характеру, з матеріальних причин та за станом здоров'я. Тому тут вимагається індивідуальна робота з кожним із них, з вивчення особливостей стану здоров'я, причин конфліктів і проблем професійного росту. Все це вимагає старанної підготовки до бесіди, щоб в її ході запропонувати пропозиції щодо вирішення причин звільнення працівників.

Аналізуючи процес адаптації серед працівників, які звільнились тільки з однієї причини – виїзду за межі міста на постійне проживання, ми дійшли висновку, що серед групи працівників, які адаптувались, позитивно відносяться до своєї професії майже 62%, проти – 34,5%; серед працівників, які не адаптувались до підприємства, 98,2% та 84,9% адаптованих задоволені відносинами з колегами та адміністрацією, відповідно 91,4% і 76,2% з тих, хто не адаптувався. Тільки 7,6% адаптованих важко звикали до підприємства, проти 31,8% тих, хто не адаптувався. Працівники, які адаптувались, вважають, що на підприємстві створені належні умови для підвищення освіти, кваліфікації, одержання нової професії; рівень освіти відповідає роботі, яку виконує робітник, показники за даними параметрами в 1,2-1,5 рази перевищують показники працівників, які не адаптувались.

Аналогічне становище і відносно показників, пов'язаних з організацією виробництва, ритмічністю праці, фізичними та психологічними перевтомами, які в 1,2-1,6 рази перевищують показники тих, хто не адаптувався.

Дослідження, проведене серед даної категорії звільнених працівників, свідчить про те, що на підприємствах є чинник, який істотно впливає на мотивацію звільнення, – це надання житла своїм працівникам (13% звільнених, що адаптувались, змогли б залишитись і 7,4% – серед тих, які не адаптувались).

Тому наші пропозиції керівництву підприємств полягають у тому, що доцільно вирішити питання будівництва житла чи провести інші заходи щодо поліпшення житлових умов, і це сприятиме стабілізації кадрів та покращенню процесу виробничої адаптації персоналу.

Аналізуючи мотиви, які впливають на поведінку працюючих робітників, які адаптувались та не адаптувались до умов праці на підприємствах, доцільно підкреслити, що 75,5% адаптованих позитивно відносяться до своєї професії (це в 2,5 рази більше, ніж у неадаптованих), адаптовані працівники майже в 2 рази більше реалізували свої очікування "працювати за спеціальністю", ніж неадаптовані, їх відповіді в 1,5-1,6 рази перевищують показники "робота відповідає фаху" та вважають її "різноманітною", ніж у неадаптованих. Відповіді працівників, які адаптувались, за показниками, чи мають умови для підвищення освіти, кваліфікації, одержання нової професії, – на 90% вищі, ніж у працівників, які не адаптувались, перші в 2,4-1,2 рази більш задоволені, ніж працівники, які не адаптувались, умовами праці, змінністю, вважають роботу ритмічною і нормальною та задоволені відносинами з адміністрацією, колегами, житлом і заробітною платою.

В той же час працівники, які не адаптувались, у своїх відповідях значно перевищують показники адаптованих за наступними мотивами: відчувають фізичну та нервову перевтому, вважають роботу важкою. Тому в результаті цього працівники, які не адаптувались (31,8%), важко звикали до підприємства.

На нашу думку, доцільним буде на підприємствах звернути увагу, в першу чергу керівництву, на соціально-психологічну та матеріально-побутову сфери процесу виробничої адаптації персоналу. Особливо активізувати увагу на психологічному мікрокліматі в колективі, питаннях організації виробничого процесу, матеріально-побутових умовах праці та відпочинку працівників підприємства.

Вивчаючи взаємозв'язок адаптованості працівників з підприємством та іншими показниками серед звільнених, ми дійшли до наступного висновку: за загальними показниками необхідно підкреслити, що тільки 7,5% осіб, які адаптувались, важко звикали до підприємства, 30% з тих, хто не адаптувався, 53,7% адаптованих працівників пропрацювали на підприємстві більше року.

У сфері професійної адаптації показники мотивації звільнених працівників підкреслюють, що 62,2% працівників, які адаптувались, позитивно оцінюють свою роботу, в той же час тільки 35,5% звільнених позитивно оцінюють свою роботу. Вважають дійсну професію ідеальною для себе

22,9% адаптованих працівників, 17,6% осіб указали, що на прийняття рішення про звільнення неадаптованість до даного мотиву суттєво вплинула.

"Незадоволеність професією" у мотивах плинності неадаптованого персоналу, що вплинула на прийняття рішення про звільнення, складає найвищий відсоток – 17,1%, ця ж категорія звільнених має найвищий показник (15,0%) з мотиву "важко освоювали професію і технологію". Більше половини (53,7%) неадаптованих та майже 50 відсотків (49,9%) працівників, які адаптувались, збираються змінити професію.

Розглядаючи чинники сфери організаційної адаптації, які суттєво вплинули на мотивацію звільнення працівників, необхідно підкреслити, що частка мотиву "організація праці" в загальних мотивах плинності кадрів становить 29,7% у працівників, які не адаптувались, і 123% – які адаптувались, тобто 42% від усіх звільнених. На думку звільнених, 69,4% вважають роботу важкою, 65,3% – відчувають нервову та фізичну перевтому, в той же час 50,5% осіб вважають роботу чистою.

Загальні мотиви соціально-психологічної адаптації, які вплинули на прийняття рішення про звільнення, займають 40,6% до осіб, які вказали відповідні труднощі адаптації (не задоволені відносинами з адміністрацією та товаришами по роботі).

Вивчаючи мотиви звільнення працівників у невиробничій сфері доцільно звернути увагу на те, що частка мотиву "не подобаються умови в місті" – незначна (8,4%), а мотив "особисті обставини" займають значне місце – 33,8%, дещо нижчі показники за мотивами, пов'язаними з житлом і дитячими закладами (23,0%), частка тих, хто залишився б за умови поліпшення житлових умов, становить 22,8%.

Враховуючи проведені соціологічні дослідження серед працівників швейних підприємств (звільнених) у розрізі всіх сфер виробничої адаптації, доцільно зробити основний висновок, який допоможе керівництву підприємств у роботі по адаптації персоналу до нових умов господарювання. В ході дослідження виявлені істотні чинники, які суттєво впливають на процес протікання виробничої адаптації персоналу, ми вносимо наступні пропозиції відносно їх усунення в роботі менеджерів.

У сфері професійної адаптації необхідно значно поліпшити відбір кадрів при заключенні контрактів для роботи на підприємстві, вдосконалити профорієнтаційну роботу як у школі, ПТУ, так і в системі підготовки і перепідготовки кадрів служби зайнятості.

В організаційній сфері адаптації потребують подальшого вдосконалення технологічні процеси

виробництва та механізація ручної праці, доцільно значно прискорити інвестування коштів в нове першокласне обладнання і машини для заміни зношеного устаткування.

У сфері соціально-психологічної адаптації необхідно суттєво покращити соціально-психологічний клімат в колективах, у зв'язку з чим пропонуємо ввести до складу працівників відділу кадрів посаду психолога, тому що на підприємствах галузі серед працюючих 80-85% становлять жінки.

У невиробничій сфері адаптації є сенс проводити індивідуальні бесіди з кожним працівником, який звільняється, з метою виявлення особистих обставин, які обумовлюють це рішення. Співбесіди, на думку автора, повинні проводити заступники директора та начальник відділу кадрів з метою узагальнення проблемних питань та розробки заходів по їх усуненню.

Необхідно підкреслити, що мета управління виробничою адаптацією персоналу – скорочення періоду і максимальної її глибини – може бути досягнута тільки в тому випадку, коли вплив цілеспрямованої інформації і зв'язків, отриманий за допомогою наукового управління персоналом, найбільшою мірою сприяє адаптації працівника, закріпленню його на підприємстві, підвищенню стабільності виробничого колективу.

Досвід роботи підприємств легкої промисловості (швейної підгалузі) в період переходу до роботи в ринкових умовах дозволяє стверджувати, що підприємства галузі мають у своєму розпорядженні трудовий і технічний потенціал для випуску за міжнародними стандартами модної, конкурентоздатної продукції. Сьогодні багато керівників підприємств галузі зрозуміли, що повернення до старого періоду не буде, необхідно гостро й оперативно реагувати на швидкозмінні зовнішні чинники, поставивши перед собою стратегічну ціль, розробляючи шляхи її досягнення, використовуючи ефективні механізми управління персоналом.

У зв'язку з тим, що соціальні об'єкти мають риси стабільності і надійності у відповідності зі своїми високими адаптаційними властивостями, поставлене питання про їх адаптацію до ринкових відносин набуває сьогодні особливої актуальності саме для вітчизняних підприємств як соціальних систем.

Література: 1. Вершинина Т.Н. Взаимосвязь текучести и производственной адаптации рабочих. — Новосибирск: Наука, 1986. — 166 с. 2. Лукашевич Н.П. Производственная адаптация молодежи: сущность, функции, управление. — К.: Изд. УСХА, 1990. — 264 с. 3. Лукашевич Н.П., Шкурко В.В. Адаптация персонала: проблемы управления. — Запорожье: "Просвіта", 1999. — 128с.

ДИАГНОСТИКА КРИЗИСНЫХ СИТУАЦИЙ В ПРОЦЕССЕ УПРАВЛЕНИЯ РЕСТРУКТУРИЗАЦИЕЙ ПРЕДПРИЯТИЯ

УДК 658.012.33

Истомина Т.А.

В настоящее время на большинстве отечественных предприятий необходимо проведение реструктуризации. Для эффективного управления этим процессом важно создать методiku диагностики, которая позволяла бы в зависимости от вида кризисной ситуации, сложившейся на предприятии, разработать основные направления по выходу из нее и осуществить их. Диагностику предприятия предлагается проводить в форме экспресс-диагностики с учетом применения следующей "логической цепочки": параметр — индикатор — проблема — возможные причины — вид кризисной ситуации — основные направления реструктуризации. Для реализации такого подхода необходимо разработать систему базовых параметров, которая предполагает использование от каждой из основных подсистем предприятия наиболее весомых параметров, определенных методами экспертных оценок.

На основе изложенного выше предлагается методика экспресс-диагностики предприятий в процессе их реструктуризации, которая и позволит определить сложившийся вид кризисной ситуации (КС) как совокупность видов кризисов каждой из основных его подсистем (маркетинг — КС1; производство, коммерция — КС2; финансы — КС3; экономика — КС4; внешняя среда — КС5), а также основные мероприятия по реструктуризации для выхода из него. Возможные состояния предприятия предлагается определить как "успех" или "кризис". Состояние "успех" характеризуется в случае, когда все базовые параметры предприятия находятся в норме. При отклонении же параметров от норм предприятие переходит в состояние "кризис", видами которого являются "неустойчивость", "застой" и "катастрофа". При этом виды кризисных ситуаций — "неустойчивость" и "застой" — предлагается характеризовать в случае отклонения от нормы одного из разработанных базовых параметров. В случае отклонения обоих пара-

метров предполагается, что подсистема находится в крайнем проявлении кризисной ситуации — "катастрофе".

На первом этапе комплексной экспресс-диагностики предполагается определить состояние подсистемы маркетинга. Исходя из результатов экспертных оценок, необходимо проанализировать долю предприятия на рынке и уровень цен на продукцию, то есть провести ситуационный экспресс-анализ. В результате этого определяется вид кризисной ситуации, сложившейся в этой подсистеме (КС1). Принимая во внимание законы рыночной экономики, доля предприятия на рынке предприятия должна возрастать (если стратегия не предусматривает обратного) при цене, не выше той, которая сложилась на рынке (принимается во внимание ситуация, когда ценовая политика принята исходя из сложившегося уровня цен на рынке, а не от затрат или потребительской ценности товара). Уровень цены на продукцию можно представить в виде индекса $j(c)$, который рассчитывается по формуле $j(c) = C(p) / C(r)$, где $C(p)$ — цена на продукцию диагностируемого предприятия, $C(r)$ — рыночная цена на аналогичную продукцию. Изменение доли предприятия на рынке характеризуют индексом $j(\Delta)$ и определяют как $j(\Delta) = \Delta(\text{о.п.}) \setminus \Delta(\text{п.п.})$, где $\Delta(\text{о.п.})$ и $\Delta(\text{п.п.})$ — рыночная доля предприятия в отчетном и предыдущем периоде соответственно. Описание состояния подсистемы маркетинга можно представить в виде матрицы "Маркетинг" (рис. 1).

В случае, когда в подсистеме маркетинга определен вид кризисной ситуации "застой", предлагается применить такие мероприятия маркетинговой и технологической реструктуризации, как увеличение доли рынка, исследование и сегментация потребителей, продвижение товара и стимулирование продаж, пересмотр ассортиментной политики, улучшение качества продукции. В случае вида кризисной ситуации "неустойчивость" предлагается пересмотреть политику ценообразования, а при "катастрофе" — пересмотр миссии и стратегии предприятия.

На втором этапе комплексной экспресс-диагностики предполагается определить состояние производственно-коммерческой подсистемы. Исходя из результатов экспертных оценок, анализируют динамику объемов произведенной и реализованной продукции и определяют вид кризисной ситуации, сложившейся в этой подсистеме (КС2). Принимая во внимание законы

рыночной экономики, объемы как произведенной, так и реализованной продукции должны постоянно возрастать (за исключением ситуации, когда стратегия предприятия предусматривает обратное) или сохранять динамику при снижении затрат. Изменения объемов производства и реализации продукции предлагается характеризовать индексами, которые рассчитываются по формулам:

$$j(p) = V(p)_{\text{о.п.}} \setminus V(p)_{\text{п.п.}}; j(r) = V(r)_{\text{о.п.}} \setminus V(r)_{\text{п.п.}}$$

где $j(p)$ и $j(r)$ — индексы динамики объемов произведенной и реализованной продукции; $V(p)_{\text{о.п.}}$ и $V(p)_{\text{п.п.}}$ — индексы динамики объемов произведенной продукции отчетного и предшествующего периодов; $V(r)_{\text{о.п.}}$ и $V(r)_{\text{п.п.}}$ — индексы динамики объемов реализованной продукции отчетного и предшествующего периодов.

Изложенное описание можно представить в виде матрицы "Производственно-коммерческое состояние" (рис. 1, 2).

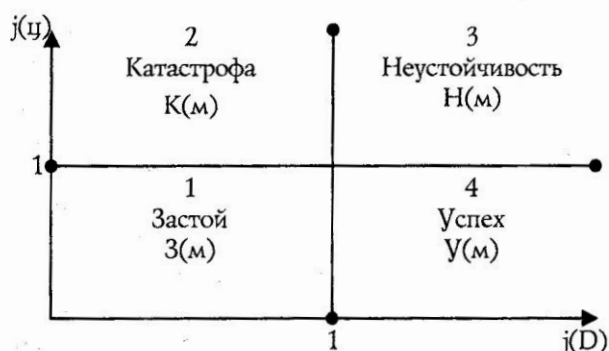


Рис. 1. Матрица "Маркетинг"



Рис. 2. Матрица "Производство, коммерция"

Если в этой подсистеме сложился вид кризисной ситуации "неустойчивость", рекомендуются следующие направления маркетинговой и технологической реструктуризации: обеспечение ритмичности снабжения ТМЦ, пересмотр ассор-

тиментной политики, обеспечение культуры организации и ритмичности организации производства. В случае вида кризисной ситуации "застой" рекомендовано проведение маркетинговой, организационной и технологической реструктуризации, основные мероприятия при этом: исследование рынка, разработка ценовой и сбытовой политики, стимулирование сбыта, улучшение качества продукции, "усиление" оперативного планирования, внедрение управленческого учета. Для проведения реструктуризации при "катастрофе" предлагается использовать все мероприятия как маркетинговой, так и технологической реструктуризации, используемых при "неустойчивости" и "застое".

На третьем этапе комплексной экспресс-диагностики необходимо провести экспресс-анализ подсистемы экономики предприятия. После проведения экспертных оценок определились основные параметры, которыми можно охарактеризовать подсистему экономики предприятия: рентабельность предприятия и рентабельность продукции (оказываемых услуг). Общая рентабельность предприятия (R_a) — это отношение балансовой прибыли к активам предприятия: $R_a = \text{БП} / A \times 100$, где БП — балансовая прибыль, A — активы предприятия. Рентабельность продукции (вида деятельности) (R_p) определяется как отношение прибыли от текущей деятельности (ТП) к себестоимости продукции (C): $R_p = \text{ТП} / C \times 100$. В экономической литературе рекомендованы следующие нормы этих параметров: рентабельность предприятия должна быть не менее 20%, рентабельность продукции — не менее 10%, то есть $R_a \geq 20\%$, $R_p \geq 10\%$ [4]. Вышеизложенное описание можно представить в виде матрицы "Экономика" (рис. 3).

В случае, когда в этой подсистеме сложился вид кризиса "неустойчивость", предлагаются такие мероприятия, как управление затратами, калькуляция себестоимости по методу "Директ-костинг", изменение организационной и финансовой структуры (или ее создание), снижение административных издержек, изменение кадрового состава управленцев. При "застое" необходимо применить такие направления реструктуризации, как изменение товарной и ассортиментной политики, калькулирование себестоимости по методу "Директ-костинг", постановка управленческого учета, бюджетирование, снижение затрат на всех уровнях, повышение квалификации

кадрового состава. При "катастрофе" предлагается пересмотреть миссию и стратегию предприятия. Четвертый этап экспресс-диагностики предполагает проведение экспресс-анализа подсистемы финансов предприятия. В процессе проведения экспертных оценок выявлены наиболее весомые параметры, которые отражают финансовое состояние предприятия — платежеспособность и финансовую устойчивость предприятия. В экономической литературе эти показатели рекомендуется определять по состоянию структуры баланса и рассматривать как взаимосвязь двух параметров — коэффициента текущей ликвидности (Ктл) и коэффициента оборачиваемости собственных средств (Косс) [4]. Так, структура баланса неудовлетворительна, предприятие неплатежеспособно и /или неустойчиво, если не выполняется хотя бы одно из условий: $K_{тл} = OA / KЗ \geq 2$, $K_{осс} = (КР - BA) / OA \geq 0,1$, где Ктл — коэффициент текущей ликвидности, характеризующий уровень текущей ликвидности предприятия; OA — оборотные активы; КЗ — краткосрочная задолженность; Косс — коэффициент оборачиваемости собственных оборотных средств; КР — капитал и резервы; BA — внеоборотные активы; КР-BA — собственные оборотные средства. Обеспечение нормативного уровня текущей ликвидности — двойное превышение оборотных активов над срочными обязательствами, а нормативного уровня обеспеченности собственными оборотными средствами — когда собственный оборотный капитал ($СОС = КР - BA$) должен быть не меньше 10% всех оборотных средств. Изложенное выше описание можно представить в виде матрицы "Финансы" (рис. 4).



Рис. 4. Матрица "Финансы"

В случае "застоя" необходимы такие направления, как погашение краткосрочной задолженности и восполнение оборотных средств. При "неустойчивости" в этой подсистеме, кроме выше-названных мероприятий, необходимо провести уменьшение внеоборотных активов. На пятом этапе экспресс-диагностики предполагается экспресс-анализ подсистемы внешней среды. Исходя из результатов экспертных оценок, необходимо проанализировать динамику объемов роста ВВП и уровня инфляции, которые предлагается характеризовать индексами роста ВВП ($j_{ввп}$) и роста инфляции ($j_{инфл}$): $j_{ввп} = V(ввп)_{о.п.} / V(ввп)_{п.п.}$, $j_{инфл} = V(инфл)_{о.п.} / V(инфл)_{п.п.}$, где $j_{ввп}$ и $j_{инфл}$ — индексы динамики объема ВВП и уровня инфляции. Матрица "Внешняя среда" графически представлена на рис. 5.



Рис. 5. Матрица "Внешняя среда"

При управлении реструктуризацией предприятий в кризисных ситуациях необходимо принимать во внимание тенденции и закономерности макроэкономического развития.



Рис. 3. Матрица "Экономика"

Литература: 1. Айвазян З., Кириченко В. Антикризисное управление: принятие решений на краю пропасти. // Проблемы теории и практики управления. — 1999. — С. 4. 2. Градов А.П. Экономическая стратегия фирмы. — СПб: "СпецЛит", 2000. — 588 с. 3. Коротков Э.М. Антикризисное управление — М.: "Инфра-М", 2000. — 432 с. 4. Мазур И.И., Шапиро В.Д. Реструктуризация предприятия и компаний — М.: Высшая школа, 2000. — 588 с. 5. Шеремет А.Д., Негашев Е.В. Методика финансового анализа. — М: Инфра-М, 1999, 196 с.

НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ФИНАНСОВОГО ОЗДОРОВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

УДК – 658.14/17

Абрамова И.Н.

Промышленность Харьковской области за 9 месяцев текущего года не снизила темпов прироста выпуска продукции по сравнению с таким же периодом прошлого года (17,1%) и превысила средний аналогичный показатель по Украине (16,6%). Снижается общий объем дебиторско-кредиторской задолженности: за сентябрь по сравнению с августом срочная кредиторская задолженность снизилась на 4,3%, а дебиторская — на 0,5%. Тем не менее просроченная часть дебиторской задолженности составляет 64%, а кредиторской — 57%. В целом машиностроительные предприятия области имеют долгов в 1,45 раза больше, чем другие предприятия.

Государство предоставило реальные экономические механизмы улучшения финансового состояния предприятий — Закон Украины "О порядке погашения обязательств налогоплательщиков перед бюджетами и государственными целевыми фондами" (1), а также приняв новую редакцию Закона Украины "О восстановлении платежеспособности должника или признании его банкротом" (2).

Важным аспектом сокращения кредиторской задолженности является реструктуризация и списание долгов согласно действующему законодательству. Закон (1) вводится поэтапно. С 21.02.01 г. после опубликования в печати вступила в силу норма о списании и реструктуризации существующей налоговой задолженности, а также списании сумм пени и штрафов.

Харьковская область в этом году воспользовалась уникальной возможностью и списала долги перед бюджетом и Пенсионным фондом на 1,5 млрд. грн. Кроме этого, списано или реструктуризировано других налоговых долгов предприятий области на сумму около 1 млрд. грн. Однако не все предприятия области смогли воспользоваться такими возможностями. Это связано с тем, что Закон дает возможность списать долги минувших

лет только при условии выполнения текущих обязательств.

С 01.10.01 г. вводится норма о налоговых уведомлениях, налоговом залоге, административном аресте, отсрочках и рассрочках налоговых обязательств. С 1 января будущего года предусмотрено введение в действие нормы "косвенных" методов определения налоговых обязательств.

Согласно Закону [2], предприятия могут воспользоваться процедурой досудебной санации, санации по решению суда, а если эти меры не помогут кардинально решить финансовые проблемы предприятия, — подвергнутся процедуре банкротства.

Рассмотрим основные понятия и механизмы восстановления платежеспособности предприятия. Закон устанавливает порядок восстановления платежеспособности должника или признания его банкротом.

Должником в судебном порядке может быть признан субъект предпринимательской деятельности, который не может выполнить свои денежные обязательства перед кредиторами в течение трех месяцев после наступления установленного срока их уплаты.

Кредиторами являются юридические или физические лица, которые имеют подтвержденные документами денежные обязательства должника, в т.ч. по выплате заработной платы работникам должника, а также органам государственной налоговой службы по уплате налогов.

Законом предусмотрена возможность осуществления *досудебной санации* как реализации системы мер по восстановлению платежеспособности должника. Эти меры правомочны осуществлять *владелец имущества должника* (орган, уполномоченный управлять имуществом должника) или *инвестор*. Целью досудебной санации является предотвращение банкротства должника путем реорганизационных, организационно-хозяйственных, управленческих, инвестиционных, технических, финансово-экономических и правовых мероприятий в соответствии с законодательством вплоть до начала осуществления дела о банкротстве.

Санация может осуществляться по решению арбитражного суда во время осуществления по делу о банкротстве с целью предотвращения признания должника банкротом и его ликвидации. Направлена такая санация на оздоровление финансово-хозяйственного

положения должника, а также на удовлетворение в полном объеме или частично требований кредиторов путем кредитования, реструктуризации предприятия, долгов и капитала и (или) изменение организационно-правовой и производственной структуры должника.

Впервые законодательством дано комплексное определение *реструктуризации предприятия*. Реструктуризация определена как "осуществление организационно-хозяйственных, финансово-экономических, правовых и технических мероприятий, направленных на реорганизацию предприятия" [2]. Пути реструктуризации:

деление с переходом долговых обязательств к юридическому лицу, которое не подлежит санации;

изменение форм собственности, управления, организационно-правовой, которые будут содействовать финансовому оздоровлению предприятия;

увеличение объемов выпуска конкурентоспособной продукции, повышение эффективности производства и удовлетворение требований кредиторов.

Управляющий санацией — физическое лицо — назначается арбитражным судом из числа лиц, получивших соответствующую лицензию государственного органа по вопросам банкротства.

Управляющим санацией может быть назначен руководитель предприятия-должника. На основании статьи 7 Закона [2] он может инициировать процедуру банкротства с целью проведения им же процедуры санации. Условием является решение владельца имущества должника (органа, уполномоченного управлять имуществом) или письменное согласие кредиторов, общая сумма требований которых превышает пятьдесят процентов задолженности.

Суд возбуждает дело о банкротстве, назначает распорядителя имущества, предложенного комитетом кредиторов, а управляющим санацией — руководителя должника.

Арбитражный управляющий — физическое лицо, назначаемое судом и имеющее лицензию. Одно и то же лицо может выполнять функции арбитражного управляющего (распорядителя имущества, управляющего санацией, ликвидатора) на всех стадиях дела о банкротстве.

Руководитель должника — санатор — может выполнять полномочия управляющего

санацией без лицензии и продолжать получать заработную плату, которую он получал как руководитель до назначения его управляющим санацией.

Почему как досудебная, так и судебная санация может заинтересовать предприятия, ставшие неплатежеспособными или могущими ими стать?

Во-первых, условия неплатежеспособности для большинства предприятий Харьковской области могут иметь место практически для любого предприятия в силу масштаба промышленного предприятия. Эти условия определены статьей 6 Закона [2]: задолженность не менее трехсот минимальных размеров заработной платы (35,4 тыс. грн.) и просрочка задолженностей в течение трех месяцев после установленного срока их погашения.

При выполнении одного из указанных условий право на обращение в арбитражный суд с иском о возбуждении дела о банкротстве имеют и должник, и любой из его кредиторов.

Во-вторых, в процессе осуществления санации (как досудебной, так и судебной) налагается *мораторий* на погашение задолженностей. Пени и штрафы в этот период не начисляются, у предприятия-должника появляется шанс улучшить свое положение и в дальнейшем не допустить процедуры банкротства.

Мораторий на удовлетворение требований кредиторов представляет собой остановку выполнения должником денежных обязательств и обязательств по уплате налогов и сборов (обязательных платежей), срок выполнения которых наступил к моменту ввода моратория.

Мораторий не распространяется на выплату заработной платы, алиментов, возмещение ущерба, причиненного здоровью и жизни граждан, авторского вознаграждения, а также на удовлетворение требований кредиторов, которые возникли в связи с обязательствами должника во время санации.

После окончания действия моратория на удовлетворение требований кредиторов (если процедура санации прекращена или досрочно завершена) требования кредиторов могут быть заявлены к уплате в размерах, которые существовали на дату ввода моратория.

В-третьих, предприятия, в составе собственности которых 25% и выше принадлежит



государству, подлежат только досудебной санации, до тех пор, пока решение об их приватизации не будет принято в порядке, определенном законодательством.

Насколько продолжительным может быть мораторий и соответственно санация, определено статьей 17 Закона [2].

Санация вводится на срок не более двенадцати месяцев. По решению комитета кредиторов, управляющего санацией, или инвесторов (лиц, оказывающих финансовую помощь должнику в обмен на имущественные права) этот срок может быть удлинён еще на шесть месяцев. Таким образом, общий период санации может составить полтора года.

Перечисленные выше основные факторы обусловили интерес к процедуре санации, который естественно возник у руководителей харьковских проблемных предприятий. Региональные органы государственной налоговой службы и другие органы центральной власти, которые осуществляют контроль полноты и своевременности взыскания налогов, согласно статье 1 Закона [2], обязаны осуществлять мероприятия, препятствующие возможному банкротству региональных предприятий.

В соответствии с этой нормой Закона в третьем квартале прошлого года экономическими подразделениями Харьковской облгосадминистрации был проведен анализ финансово-хозяйственной деятельности 32-ух предприятий области, из которых 18-и определена целесообразность применения процедуры санации с целью восстановления их платежеспособности.

С руководителями предприятий проведены собеседования, в ходе которых уточнялись стратегия и пути реализации санационных мероприятий. Часть предприятий уже активно приступила к разработке плана санации — неотъемлемого документа, без которого, согласно Закону, санация не может состояться. Наиболее активными предприятиями в этом плане являются ГП "Завод им. Малышева", ОАО "Харьковский завод тракторных двигателей", ГП "ХЭМЗ", ОАО "ХЭЛЗ".

Преимущества процедуры санации первым смогло ощутить ОАО "ХЭЛЗ". С 09.04.01 г. (начала процедуры санации) текущие обязательства перед бюджетом во втором квартале этого года уменьшились на 8 млн. грн, задолженность по заработной плате — на 36 тыс. грн., также улучшились и другие финансовые показатели.

Первые положительные примеры заставят и других руководителей обратиться к возможностям, которые предоставлены отечественным производителям нормы Законов [1] и [2] улучшить свое финансовое состояние и восстановить платежеспособность.

Литература: 1. Закон Украины от 21.12.2000 №2181-III "О порядке погашения обязательств налогоплательщиков перед бюджетами и государственными целевыми фондами". /document @blits.kiev.ua. 2. Закон Украины от 30.06.00 №784 – XIV "О восстановлении платежеспособности должника или признании его банкротом". /document @blits.kiev.ua. 3. Назимова Н., Остапенко Л. Отмена картотеки и бесспорного списания — благо или западня? //Фондовый рынок. — 2001. — №3. С. 23–25.

ФОРМИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

УДК 658.8

Вовк В. А.

Переход от индустриального общества к информационному изменил отношение экономистов к информационным ресурсам. Информация все чаще становится фактором успешной маркетинговой деятельности предприятия, а решение проблем с информационным обеспечением способствует повышению конкурентоспособности производителя на внешнем и внутреннем рынках. Развитие современных средств связи, обработки и хранения информации, а также глобальных и локальных компьютерных сетей, способствует значительному увеличению объемов передаваемой информации между подразделениями предприятия. Однако большое количество информации может не только снижать энтропию в процессе принятия управленческих решений, а, наоборот, увеличивать ее. В такой ситуации возникает необходимость грамотной обработки информации, ее систематизация; увеличивается также роль таких характеристик информации, как релевантность, достоверность и своевременность.

Решение проблем на предприятии, связанных с проверкой достоверности, обеспечения актуальности и релевантности информации,

является первоочередной задачей управленческого аппарата. В процессе своей деятельности менеджер выявляет слабые и сильные стороны в информационном обеспечении предприятия и определяет показатели, указывающие на приоритетность достоверности, актуальности или релевантности информации.

Показателями указанных выше характеристик информации на предприятии могут служить ряд социально-экономических факторов, влияющих на стратегию маркетинговой деятельности предприятия.

Такие факторы ориентируют маркетинговую деятельность предприятия и выстраиваются в следующем порядке.

Фактор "производство" свидетельствует об уровне финансового положения предприятия, уровне финансовой устойчивости, производственных мощностях предприятия, производственной структуре, количественном составе и профессиональном уровне персонала, количестве и качестве производственного оборудования, степени его износа, соответствии современным требованиям, наличии на предприятии материальных запасов и готовой продукции.

Фактор "потребители" определяет целевой рынок предприятия, его численность, потребности потребителей и методы их удовлетворения, способы воздействия на потребителей, позволяет выбрать способы социально-экономического влияния на аудиторию, формируют модели доверительных коммуникативных связей.

Под фактором "сбыт" подразумевается организация товародвижения готовой продукции, расширение рынков, совершенствование механизмов взаимодействия всех участников маркетинговой деятельности, выявление новых модераторов этой деятельности.

Фактор "поставщики" включает основных поставщиков сырья и материалов, оценку их финансового положения, изучение возможностей применения стратегий управления конфликтами, поиск способов диверсификации поставок, ведение переговоров на всех уровнях маркетингового общения.

Фактор "государство" определяет отношение между государством и предприятием, нормативные и законодательные акты, регламентирующие деятельность предприятия, межгосударственные отношения, степень регулирования рынка государством.

Фактор "конкуренты" позиционирует основных конкурентов, демонстрирует степень

осведомленности об их продукции, способах влияния конкурентов на потребителей, финансовом состоянии конкурентов, информации о материально-технической базе конкурентов.

Фактор "научно-технический прогресс" включает в себя новые технологии в области производственной деятельности предприятия, новые информационные технологии, научно-технические разработки внутри предприятия.

Анализ перечисленных выше факторов позволяет констатировать, что не существует способов оценки для определения уровня достоверности, актуальности и релевантности информации по каждому из факторов. Автором предлагается проведение опроса экспертов, а именно: сотрудников отдела маркетинга и руководства различных подразделений предприятия. Для этого используется метод Делфи:

0 — наименьший уровень обеспеченности вышеназванными характеристиками информации;

10 — наибольший уровень обеспеченности.

Базой для проведения данного опроса было выбрано государственное предприятие "ИОМЗ-Холдинг".

В результате обработки данных опроса были получены следующие средние значения оценок, которые представлены в таблице.

Таблица

Средние значения экспертных оценок

	Релевантность		Достоверность		Актуальность	
	фак- тиче- ская	необ- ходи- мая	фак- тиче- ская	необ- ходи- мая	фак- тиче- ская	необ- ходи- мая
Произ- водство	6,4	10	4,2	10	3,6	10
Потребители	6,8	10	6,4	10	7,6	10
Сбыт	7	9,4	6,8	10	6,4	9,4
Поставщики	6,8	9,6	5,2	10	3,6	9,4
Государство	6	8,9	2,3	9,5	4,2	8,3
Технологии	7,6	10	7,2	10	7,6	10
Конкуренты	7,2	10	7,6	10	5,2	9,6

То есть можно ориентироваться на значимость всех характеристик информации и на этом основании строить оптимальную стратегию управления маркетинговой деятельностью предприятия.

Определение диапазона разницы между фактическими и необходимыми значениями

для выявления слабых сторон в обеспечении необходимой степени актуальности, достоверности и релевантности информации позволяет установить следующую шкалу ранжирования с целью выявления методики определения уровня безопасности в информационном обеспечении.

От 0 до 2 — низкий уровень опасности. Предприятие практически не имеет проблем с обеспечением необходимых характеристик информации по определенным факторам. Необходим периодический мониторинг состояния информационного обеспечения.

От 2 до 5 — высокий уровень опасности. Предприятие имеет проблемы с обеспечением достаточного уровня актуальности, достоверности или релевантности информации. Рекомендуется улучшение характеристик информации по данным факторам и последующий их постоянный мониторинг.

От 5 до 10 — критический уровень опасности. Предприятие находится в критической ситуации в области информационного обеспечения, существует прямая угроза экономической безопасности предприятия. Предлагается немедленное решение выявленных проблем, анализ причин их возникновения, определение способов исключения негативных факторов будущей деятельности.

Проанализировав результаты и установив разницу в оценках между фактическими и необходимыми значениями, можно построить гистограммы (рис. 1, рис. 2, рис. 3), которые позволят визуально определить недостатки в информационном обеспечении маркетинговой деятельности предприятия.

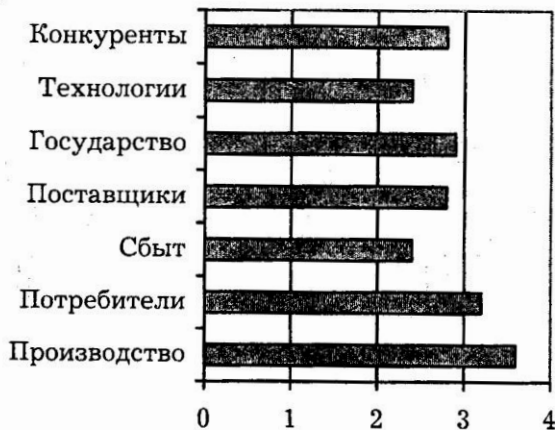


Рис. 1. Разница в определении уровня оценок релевантности информации



Рис. 2. Разница в определении уровня оценок достоверности информации

Проведение опроса сотрудников и обработка результатов анализа исследования позволили выявить проблемы с обеспечением качественных характеристик информации в маркетинговой деятельности предприятия.

Управление маркетинговой деятельностью предприятия предусматривает правильный выбор стратегии информационного обеспечения. В основу стратегии управления может быть положена и качественная информация, с конкретными значениями характеристик и факторами, раскрывающими их, влияющая на разработку модели управления маркетингом.

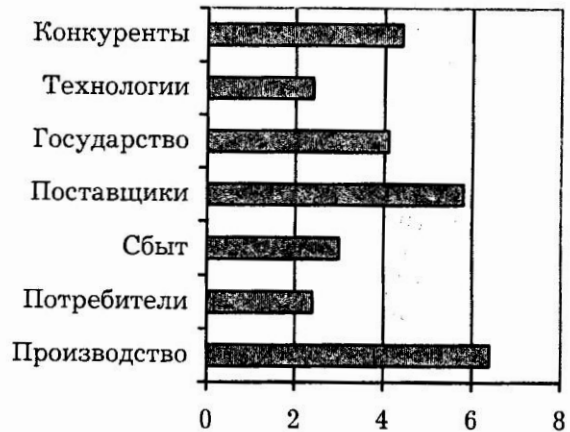


Рис. 3. Разница в определении уровня оценок актуальности информации

Предложенная шкала ранжирования для определения качественного потенциала информации: актуальности, достоверности и релевантности — впервые рассматривается как информация, которая прямо влияет на экономическую безопасность предприятия.

Выявление слабых и сильных сторон информации на предприятии дает возможность руководству оперативно влиять на качество получаемой информации и на ее основе разрабатывать стратегию маркетинговой деятельности предприятия ориентированную на успех.

РЕСТРУКТУРИЗАЦИЯ КАК СРЕДСТВО АДАПТАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ К РЫНОЧНЫМ УСЛОВИЯМ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

УДК 658.016.7

Галушко А.В.

Реструктуризация представляет собой комплекс реорганизационных мер, направленных на выход предприятия из кризисного состояния и обеспечение его эффективного функционирования. Она может рассматриваться в качестве важного подготовительного этапа — до достижения такого уровня эффективности, который способствует обеспечению конкурентоспособности предприятия. Однако однозначное определение процесса реструктуризации отсутствует. Ее представляют и как простое разделение предприятия на составляющие части (отдельные предприятия), и как присоединение к нему других хозяйственных структур.

В официальных документах реструктуризация определена как осуществление организационно-экономических, правовых и технических мероприятий, направленных на смену структуры предприятия, форм собственности, форм осуществления предпринимательской деятельности, системы управления, способных привести предприятие к финансовому оздоровлению, повышению эффективности производства [1].

Как свидетельствует анализ существующих подходов, наряду с понятием "реструктуризация", широко применяется и понятие "реформирование". По моему же мнению, реструктуризацию следует рассматривать как основное средство реформирования предприятий. Это обусловлено тем, что в процессе приватизации в Украине государственные предприятия были реформированы в частные или корпоративные

структуры, на которых впоследствии осуществлялась их реструктуризация.

Анализ приведенных подходов к определению реструктуризации позволяет под реструктуризацией понимать систему мероприятий по адаптации предприятия к рыночным условиям, которые в совокупности обеспечивают рост эффективности производства, повышение финансовой устойчивости.

На взгляд автора, важным является методическое обеспечение процесса реструктуризации. Он должен включать в себя такие составляющие: организационный проект, реинжиниринг хозяйственной деятельности, технологию и оборудование, управление персоналом и финансовую политику.

Как показали проведенные исследования, реструктуризация включает в себя базисные организационные составляющие, которые не могут быть расчленены на составляющие более низкого порядка.

1. Делегирование полномочий рассматривается как процесс децентрализации управления, при котором право на принятие оперативных решений передается нижестоящим подразделениям.

2. Сокращение иерархических уровней при реструктуризации позволяет сократить время принятия решений, что способствует увеличению гибкости предприятия, расширяет возможности приспособления организационных структур к рынку.

3. Создание ориентированных на потребителя интеграционных структур необходимо для решения проблем взаимодействия и координации между отдельными подразделениями, отделами. В современных условиях возрастает роль интеграционных инструментов, так как задачи по освоению новых рынков или созданию новой продукции требуют координации усилий.

4. Сложность и многогранность процесса реструктуризации требуют использования информационных технологий.

5. Совершенствование систем стимулирования труда и служебного продвижения является определяющим базовым элементом реструктуризации [2].

Развитие персонала предполагает рост квалификации сотрудников, оплату курсов повы-



шения квалификации, стимулирование проявленной самостоятельности. Если прежде руководство полагалось на силу власти, то в свете новой философии менеджмента одним из основных инструментов современного руководства является налаживание эффективных связей с людьми.

При осуществлении программы реструктуризации определяющее значение имеет оптимизация хозяйственных процессов. Оптимизация может быть определена как обеспечение наилучшего функционирования предприятия (фирмы) за счет полного учета всех факторов. По нашему мнению, более полным будет определение: *обеспечение наилучшего использования ресурсов для достижения поставленных целей с учетом имеющихся ограничений*. Одним из эффективных инструментов реструктуризации является технический аудит промышленного производства. По признаку возможных изменений в технологиях можно выделить четыре их типа: стабильная, подвижная, рыночная, опережающая. Предприятия четвертой группы с опережающими технологиями способны к самостоятельной замене оборудования и технологий, они могут выступать генераторами технического прогресса. Предприятие с подвижными технологиями функционируют в сфере услуг, их реструктуризация несложная, вероятность положительного результата высокая [3, с.16].

Принятие решения о реструктуризации должно вытекать из результатов осуществленного анализа хозяйственной деятельности предприятия. По его результатам разрабатывается поэтапная программа работ, которая, полагая, должна включить три основных этапа;

1 этап — комплексная диагностика существующего состояния предприятия —

- анализ стратегической позиции предприятия;
- производственно-хозяйственный анализ;
- финансово-экономический анализ;
- анализ организационной структуры;
- оценка изменения внешней конкурентной среды;

2 этап — выработка программы реструктуризации и стратегии ее осуществления —

- формирование новой организационной структуры;

- освоение концепции менеджмента качества;

- совершенствование системы стимулирования работников и управления персоналом;

- реорганизация системы маркетинга;

- децентрализация системы управления.

3 этап — сопровождение программы реструктуризации —

- мониторинг программы;

- управление изменениями;

- анализ результативности реструктуризации.

Стратегической целью осуществления программы реструктуризации предприятий является создание механизма хозяйствования, соответствующего рыночной экономике. Этот механизм основан на создании системы подразделений, включающих центры затрат, прибыли, управления.

На основании изложенного выше можно сделать выводы, что в процессе подготовки к реструктуризации необходимо определить стратегию — *совокупность целей предприятия и конкурентоспособных действий менеджеров по их достижению*. Цель стратегии состоит в достижении долгосрочных конкурентных преимуществ, обеспечивающих предприятию высокую стабильность. Стратегия в наиболее общем виде представляет собой обобщающую модель действий по достижению целей компании относительно удовлетворения потребностей общества путем координации и распределения ресурсов. Искусство стратегии — воплощение мыслительной работы менеджеров в высокую эффективность хозяйственной деятельности.

Литература: 1. Методичні вказівки щодо проведення реструктуризації державних підприємств. Наказ міністра економіки України №9 від 23.01.98 р. 2. Мизерная Т. Использование информационных технологий при реструктуризации предприятий. //Экономика Украины. — 1999. — №11. — С. 51. 3. Мендрул О., Кальниченко Л. Технологічна реструктуризація підприємств. //Економіка України. — 2000. — №8. — С. 15-21.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ВНЕДРЕНИЯ И СЕРТИФИКАЦИИ СИСТЕМ КАЧЕСТВА В СООТВЕТСТВИИ С МЕЖДУНАРОДНЫМИ СТАНДАРТАМИ

УДК 338.242.4.006.83

Бибик Ю.В.

За последние годы во всем мире наметилась устойчивая тенденция стремительного роста внедрения и сертификации систем качества по

международным стандартам ИСО серии 9000. По имеющимся данным в мире на конец 1999 г. было сертифицировано около 350 тыс. систем качества на соответствие требованиям стандартов ИСО серии 9000 в 150 странах мира [2]. Приведенные данные свидетельствуют о возрастающей популярности стандартов ИСО серии 9000 во всем мире.

Для успешного развития экономики Украины, повышения качества и конкурентоспособности отечественной продукции особое значение приобретает внедрение и сертификация на предприятиях систем качества на соответствие международным стандартам ИСО серии 9000. Огромную роль в стимулировании внедрения систем качества на предприятиях может оказать помощь со стороны государства.

До настоящего времени в Украине не наблюдалось особых действий со стороны государственных органов в отношении стимулирования и поддержки отечественных предприятий по внедрению и сертификации систем качества на соответствие стандартам ИСО серии 9000. Один из первых существенных шагов со стороны государства, направленных на стимулирование и поддержку внедрения и сертификации систем управления качеством, является издание Указа Президента Украины "О мероприятиях по повышению качества отечественной продукции" от 23 февраля 2001 г. [1]. Данным Указом Президент Украины с целью повышения качества и конкурентоспособности отечественной продукции, обеспечения защиты интересов потребителей дает указание Кабинету Министров Украины на протяжении 2001 года разработать и утвердить мероприятия по внедрению систем управления качеством на предприятиях. Особое внимание заслуживают мероприятия, связанные с осуществлением государственной поддержки внедрения систем управления качеством на предприятиях в соответствии со стандартами ИСО серии 9000, а также ИСО серии 1400, информационным обеспечением предприятий в вопросах управления качеством, подготовкой и повышением квалификации специалистов по управлению качеством.

С целью выработки обоснованных мероприятий государственной поддержки отечественных предприятий в создании и сертификации систем управления качеством представляется целесообразным анализ основных факторов, которые в настоящее время оказывают сдерживающее влияние на активность предприятий в сфере внедрения систем управления качеством. Кроме

этого, важное значение имеет обобщение зарубежного опыта в вопросах государственной поддержки внедрения и сертификации систем управления качеством.

Анализ деятельности промышленных предприятий Харьковской области позволил выделить следующие основные факторы, препятствующие внедрению и сертификации систем управления качеством:

скептическое отношение высшего руководства предприятий по поводу целесообразности внедрения и сертификации систем управления качеством на соответствие международным стандартам;

необходимость привлечения больших финансовых, трудовых и материальных ресурсов для создания, внедрения и сертификации систем управления качеством;

отсутствие практического опыта в создании, внедрении систем управления качеством на соответствие международным стандартам, а также недостаток квалифицированных специалистов по управлению качеством, владеющих знаниями современных методов управления качеством.

В целом в качестве основного сдерживающего фактора можно выделить необходимость привлекать для создания, внедрения и сертификации систем управления качеством довольно большие суммы денежных средств, которыми, однако, в настоящее время большинство предприятий не располагает.

В большинстве зарубежных стран существует система государственной поддержки предприятий, которые внедряют и сертифицируют свои системы управления качеством на соответствие стандартам ИСО серии 9000. В таблице представлены примеры государственной поддержки ряда стран [3, 4].

Таблица

Примеры государственной поддержки в ряде зарубежных стран

Страна	Содержание государственной поддержки
1	2
Корея	правительство предоставляет налоговые скидки с сумм, затрачиваемых на разработку, сертификацию систем качества, оплату консультационных услуг, обучение персонала тем предприятиям, которые получили сертификат на эту систему

Окончание табл.

1	2
Индия	правительство предоставляет грант в размере 2500 долл. малым предприятиям для компенсации расходов на обучение, консультации и сертификацию системы качества
Малайзия	компенсация до 50% затрат предприятий на консультационные услуги, обучение, приобретение необходимого оборудования и материалов
Великобритания	бесплатные консультации по внедрению систем качества для предприятий с числом работающих до 1000 человек; компенсация малым предприятиям 25% затрат на внедрение системы качества; компенсация до 50% затрат, связанных с внедрением новых и расширением сферы применения действующих систем сертификации

Кроме всего этого, во многих странах государством уделяется огромное значение подготовке специалистов по качеству в вузах, проводятся специальные семинары, курсы по повышению квалификации в области управления качеством. В России в том числе имеется возможность обучаться в аспирантуре по специальности "Управление качеством".

Из приведенной информации можно сделать следующий основной вывод: в мировой практике стимулирование внедрения и сертификации систем качества со стороны государства осуществляется следующими мероприятиями:

- предоставлением налоговых льгот;
- предоставлением кредита;
- частичной компенсацией затрат, связанных с сертификацией систем качества;
- бесплатным консультированием.

Основываясь на сказанном выше, автором предлагаются следующие основные рекомендации по стимулированию и поддержке со стороны государства предприятий в вопросах создания, внедрения и сертификации систем управления качеством:

в ближайшее время принять в полном объеме в качестве национальных новую версию международных стандартов ИСО серии 9000: 2000;

в связи с отсутствием высококвалифицированных специалистов по управлению качеством автором рекомендуется государственным органам принять во внимание необходимость увеличения количества учебных заведений, в которых бы осуществлялась подготовка специалистов данной категории;

осуществлять бесплатную подготовку и консультацию специалистов по внедрению систем управления качеством в соответствии со стандартами ИСО серии 9000 тех предприятий, которые собираются внедрять эти системы;

для прибыльных предприятий наиболее целесообразными являются два варианта поддержки: либо предоставление льгот по налогу на прибыль на сумму, необходимую для осуществления мероприятий по созданию, внедрению и сертификации систем управления качеством, либо компенсация средств, направленных на внедрение и сертификацию систем управления качеством или кредитование этих мероприятий.

Из предложенных рекомендаций по государственной поддержке наиболее эффективными при сложившихся условиях являются предоставление налоговых льгот для прибыльных предприятий, кредитование или компенсация средств.

Реализация предложенных рекомендаций должна способствовать более активному внедрению и сертификации систем управления качеством на отечественных предприятиях, а также повышению качества и конкурентоспособности отечественной продукции.

Литература: 1. Указ Президента України "Про заходи щодо підвищення якості вітчизняної продукції" №113/2001 від 23.02.2001 // Офіційний вісник України. — 2001. — №3. — С. 27—28. 2. Аладьшкіна Н. Стандарти ІСО серії 9000: 2000 прийняті! // Стандарти і якість. — 2001. — №1. — С. 38. 3. Качалов В.А. 41-й Конгрес ЕОК: Зарубежний досвід розвитку методів менеджмента якості // Стандарти і якість. — 1997. — №10. — С. 60-66. 4. Окрепилів В.В. Управление качеством: Учебник для вузов / 2-е изд., доп. и перераб. — СПб.: ОАО "Изд. "Наука", 2000. — 912 с.

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ПОСТРОЕНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

УДК 657.1

Канурная З.Ф.

Успешная работа предприятия в условиях нестабильной рыночной среды во многом зависит от качества финансово-экономического управления и учетной политики, поскольку эти системы имеют для предприятия не меньшее значение, чем его производственный потенциал. Управление обеспечивает планирование, организацию,



мотивацию, контроль и регулирование деятельности предприятия. А для нормального выполнения рассмотренных функций управления необходима информация. Такую информацию должна представить, в первую очередь, система учета, которая выявляет и систематизирует данные о хозяйственной деятельности предприятия.

Слово "учет" у большинства руководителей привычно ассоциируется со словом "бухгалтерский", а бухгалтерия в их глазах связана с налоговой инспекцией, проверками, штрафами. Многие уверены, что учет нужен не столько для процветания нашего общества, сколько для эффективного государственного контроля над ним. Действительно, редкий управленец сможет легко понять запутанный язык бухгалтерских документов. А значит, сплошь и рядом наши руководители не обладают необходимой информацией для принятия решений, что не может не снижать эффективности работы предприятия.

В связи с этим первая задача, которая стоит перед бухгалтерами, — наладить процесс, который бы позволял выявить, измерить, накопить, проанализировать и представить данные, необходимые руководителям для планирования, оценки и контроля деятельности производств.

Назвать процесс сбора и обработки информации для управленческого учета задачей "номер один" будет неверно. Так построено подсознание нынешнего бухгалтера, что выполнение требований законодательных актов по бухгалтерскому учету является более важной задачей. Кроме того, за каждый момент неисполнения требований Закона и руководитель с бухгалтером, и само предприятие получают финансовые начеты. Поэтому бухгалтерский и управленческий учет — две равноправные части учетной системы, они играют свою роль в управлении предприятием и обеспечении необходимой информацией различных пользователей.

В связи с этим следует подчеркнуть, что повышение эффективности управления тесно связано с постоянным совершенствованием методологии и организации бухгалтерского учета. Перестройка управления экономикой предприятия, внедрение новых микроэкономических механизмов требуют совершенствования бухгалтерского учета, усиления его воздействия на всю финансово-хозяйственную деятельность. В условиях последовательного перехода к рыночной экономике именно учетная информация становится главным ориентиром при принятии необходимых управленческих решений.

Бухгалтерская служба АО "Ново-Краматорский машиностроительный завод" (НКМЗ) видит свою задачу в том, чтобы постоянно анализировать

финансовое состояние общества, принятую на нем систему учета и предложить руководству ряд альтернативных подходов к совершенствованию этой системы, так как ее формы и процедуры перестали соответствовать масштабу и содержанию новых задач стратегического менеджмента АО "НКМЗ".

В связи с принятием Законов Украины "О налогообложении прибыли предприятий" и "О налоге на добавленную стоимость" возникла проблема, которую специалисты формулируют как необходимость ведения "специального" налогового учета. Надо отметить, что данная проблема нетипична для нашей практики, так как у нас всегда считалось, что бухгалтерский учет есть однозначное отражение хозяйственных операций и другого быть не может.

Однако налоговая реформа, начавшаяся с принятием основных законов по налогообложению 1 июля 1997 года, выделила налоговый учет из состава бухгалтерского, наделив его некоторыми признаками автономности. Первоначально это породило иллюзию самодостаточности налогового учета и как следствие — иллюзию того, что бухгалтерский учет больше не нужен.

Однако практика показала, что понадобилось совсем немного времени для того, чтобы очевидное стало понятно всем — без бухгалтерского учета обойтись невозможно.

Кроме того, с 21.03.01, система бухгалтерского учета реформирована с учетом применения международных стандартов. Переход на национальные стандарты, базирующиеся на международных нормах, не означает демонтажа существующей системы бухгалтерского учета и ее замены заграничными системами. Как методологически, так и технологически система бухгалтерского учета Украины в целом себя оправдала, и нет потребности ее разрушать, отбрасывая свой позитивный опыт, прогрессивные формы и методы ведения учета. Мы принимаем национальные стандарты не для иностранных инвесторов. Мы принимаем новые формы финансовой отчетности для руководителей своих предприятий, которым эти стандарты помогут более качественно управлять предприятием и позволят отчетливее увидеть его реальные перспективы. Поэтому бухгалтерией акционерного общества "НКМЗ" и проведена большая работа для практической реализации этой задачи.

Ведение бухгалтерского учета — это основная функция бухгалтерской службы предприятия, и выполнять ее необходимо в соответствии с требованиями действующего законодательства. А

вот возможность иметь информацию как в режиме реального времени, так и постфактум с планированием и оптимизацией основных показателей — это функции управленческого учета, который играет ключевую роль в управлении предприятием и обеспечением необходимой информацией различных пользователей.

Новые законы предполагают фактическое разграничение бухгалтерского, управленческого или налогового учета. Однако данные виды учетов столь сильно взаимосвязаны, что их разделить достаточно сложно. Каждый из них рассматривает один и тот же объект, но с разных точек зрения. Тем не менее способом, при помощи которого можно получить наиболее полную и ясную картину о финансово-хозяйственной деятельности предприятия, был и остается бухгалтерский учет. Таким образом, можно сделать вывод, что необходимым (но отнюдь не достаточным) условием эффективного управления является наличие полного и достоверного бухгалтерского учета.

Управленческий учет — это то, что хочет знать о своем предприятии его руководство, это своевременный анализ и накопление нужной информации для подготовки и принятия эффективных управленческих решений на основе данных бухгалтерского учета. Для этого и производится реструктуризация бухгалтерской службы. Именно на языке бухгалтерского учета экономическая информация передается заинтересованным лицам. При решении задач стратегического менеджмента в АО "НКМЗ" к ним в первую очередь относятся дирекция производств — центров прибыли. Дирекция производств нуждается в информации, которая поможет в принятии решений, контроле и регулировании управленческой деятельности. К такой информации, например, можно отнести цены продаж, затраты на производство, конкурентоспособность, рентабельность продукции, выпускаемой производством.

Но некоторые директора производств, руководители различных уровней не полностью используют имеющуюся информацию. А ведь создание бюро бухгалтерского учета и анализа затрат в составе производств — "центров прибыли" — позволяет аппарату управления производством владеть информацией о затратах, доходах, рентабельности "центров прибыли", а также заказов, исполненных производством. Владя такой информацией, дирекция производства может оперативно и качественно влиять на хозяйственные процессы в структурных подразделениях и в конечном итоге нести ответственность за конечный результат производственно-хозяйственной деятельности.

Для контроля результатов деятельности работники созданных бюро бухгалтерского учета и анализа затрат должны готовить отчеты об исполнении смет и представлять их по назначению. Отчеты, содержащие данные о фактических и запланированных результатах, должны систематически готовиться с целью обеспечения обратной связи. В таких отчетах особое внимание должно уделяться показателям, которые расходятся с запланированными, чтобы руководители сосредоточили на них свое внимание. При этом применяется способ управления по отклонениям. То есть реструктуризация бухгалтерской службы по своей сути реализует основные аспекты управленческого учета в условиях АО "НКМЗ".

Главная особенность бухгалтерского учета — его регламентированность, начиная от великого изобретения двойной записи Луки Пачолли — до приказов Минфина и указаний ГНА. Некоторая нелогичность последних сути дела не меняет: приказы не обсуждаются, а выполняются. В числе прочего эта система правил ориентирована на перекрестную контролируемость, что должно обеспечивать если не невозможность, то затрудненность, искажение любых данных. Бухгалтерия имеет свою шкалу времени (например, исправительная операция регистрируется месяцем внесения исправления, а не датой самого события) и свой шаг по времени: месяц или квартал смещения от реального календаря.

Возможности же управленческого учета неограниченны. Здесь существуют как самостоятельные, так и вполне проверенные подходы к проблеме. Таким образом, в связи с необходимостью изменения учетной информации для целей управления на помощь традиционному бухгалтерскому учету вполне естественно приходит учет управленческий.

По традиции учетом на крупных предприятиях занимается бухгалтерия. Опыт внедрения автоматизированной системы управления стоимостью на АО "НКМЗ" подтверждает эту традицию. В работе по установке системы наш подход заключается не в переходе от бухгалтерского учета к управленческому, а в постепенном расширении границ учета и в увеличении степени детализации. На первом этапе по разработке системы управления стоимостью к работе были привлечены работники бухгалтерской службы. Это:

- бюро учета и анализа затрат при производствах (центрах прибыли);
- компьютерный зал по обработке затрат в цехах;

сетевое соединение с базой главной бухгалтерии.

Затем к процессу подключились специалисты планово-экономической службы и коммерческого управления.

Идея разработанной в АО "НКМЗ" логической модели корпоративной компьютерной системы управления стоимостью — коллективная работа в едином информационном пространстве маркетолога, конструктора, технолога, снабженца, экономиста и бухгалтера над снижением себестоимости продукции через саморегулируемые структуры.

Предложенная модель системы ставит целью:

1) создание прозрачной экономики затрат, охватывающей процессы от проработки запросного листа и заключения контракта до отгрузки готовой продукции;

2) снижение себестоимости выпускаемой продукции за счет устранения скрытых расходов и потерь;

3) увеличение выпуска продукции предприятием за счет сокращения отказов со стороны покупателей от заключения контракта из-за высоких цен.

Принятие основных Законов по налогообложению привело к резкому изменению и усложнению условий работы всех служб общества, и в особенности бухгалтерской. Учитывая всю сложность и объемность налога на добавленную стоимость и налога на прибыль, бухгалтерская служба поставила задачей получение в режиме реального времени полной информации с учетом взаимосвязи по бухгалтерскому, налоговому и управленческому учетам. Без достаточной оснащенности средствами вычислительной техники работать стало практически невозможно.

Решить перечисленные выше задачи позволяет внедренная с 1 января 2000 года новая технология автоматизированной обработки документов на платформе "Клиент-сервер", что позволяет сконцентрировать бухгалтерский, налоговый и управленческий учет в единой системе. Исходя из масштаба и сложности поставленных перед бухгалтерской службой задач по бухгалтерскому, налоговому и управленческому учету, для управления данными используется сервер базы данных ORACLE. Автоматизированная система не имеет аналогов среди отечественных программных средств, реально работающих на крупных предприятиях Украины. Это объясняется тем, что создан программный продукт, наиболее учитывающий конкретные условия АО "НКМЗ". Она отличается полной открытостью своей архитектуры и

прозрачна не только для пользователей, но и для системных администраторов и программистов. Программное обеспечение, разработанное специалистами предприятия, отличается комплексным подходом, оригинальностью решения и высокой надежностью. Все технические решения основаны на новейших достижениях в области сетевых, компьютерных и коммуникационных технологий. Автоматизированная система управления бухгалтерским и налоговым учетом дает в руки руководителей мощный рыночный инструмент, позволяющий повысить управляемость предприятия и, следовательно, его прибыльность. Благодаря комплексной автоматизации учета вместо сложного "коктейля" разнородных показателей становятся видны финансовые результаты каждого вида деятельности предприятия, появляется возможность управлять этими видами как в целом, так и по отдельности.

Бухгалтерская служба приступила к автоматизации всего комплекса учетных работ. Это требует: перераспределения документопотоков, концентрации однотипных операций, внедрения групповой организации рабочих мест,

создания возможности работы одновременно всех пользователей с конкретным документом хозяйственной операции.

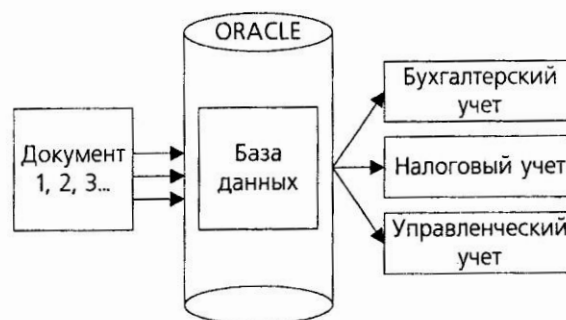


Рис. 1. Схема оборота первичных документов

Как видим из схемы, в новой системе события регистрируются один раз и одним исполнителем, а выбираются, оцениваются и обобщаются и для целей баланса, налоговой, статистической и управленческой отчетности по специфическим для них правилам.

Информация, вводимая одним пользователем, становится тут же доступной для других в соответствии с их уровнями доступа, это позволяет организовать устойчивую работу практически неограниченного количества клиентов одновременно. В едином информационном пространстве

комплекса организуются различные виды и формы финансовой отчетности, в полной мере решается задача ведения оперативного учета в режиме реального времени.

Переориентация бухгалтерского учета из машины, которая констатирует исторические факты, в механизм приведения первичной информации к виду, который позволил бы использовать ее в процессе управления, — это основная задача внедренной системы.

В связи с изменением документопотока проводится и реструктуризация бухгалтерской службы, в результате чего предусмотрена коллективная организация рабочих мест. А это:

- повышение производительности труда,
- практическое применение мотивационных механизмов, повышение квалификации,
- рост уровня образования,
- персонализация ответственности каждого работника.

В процессе реструктуризации главной бухгалтерии созданы бюро регистрации и обработки первичных документов всех первичных хозяйственных операций и бюро сводного учета и отчетности, которое, пользуясь введенной информацией, будет составлять сводные финансовые отчеты. Полученная на базе данной отчетности информация составляет основу для принятия экономических решений руководителями различных уровней и обеспечивает эффективное функционирование предприятием.

Внося свой вклад в учетно-аналитическое обеспечение создаваемой на заводе системы корпоративного управления, бухгалтерская служба ставит цели получения из одного и того же поля хозяйственных операций трех отчетов: бухгалтерского (акционерного), налогового и управленческого.

В заключение необходимо подчеркнуть, что автоматизированная система информационного обеспечения бухгалтерского, налогового и управленческого учета дает возможность руководству АО "НКМЗ":

- разрабатывать варианты сценарии стратегии развития предприятия;
- организовывать планирование и оперативное управление себестоимостью продукции, работ и услуг;
- вести непрерывный финансовый мониторинг состояния экономики предприятия, повышая вероятность получения стабильной прибыли;
- контролировать ход выполнения договорных отношений с поставщиками и заказчиками;
- осознать свои конкурентные преимущества;

проводить качественный анализ итогов деятельности и оперативно вырабатывать корректирующие воздействия;

мотивировать эффективную работу персонала.

Таким образом, системный подход к процессу управления производством требует рассмотрения как блока оценки состояния предприятия, так и органов управления. В совокупности с прогрессивными методами бухгалтерского учета и современной вычислительной техники это создает основу для реализации эффективной системы управления, имеющей четкую организационную структуру и обеспечивающей стабильность предприятия в рыночных условиях.

Литература: 1. С.Ф. Голов. Управленческий бухгалтерский учет, К.: Скарби, 1998. — 384 с. 2. С.Ф. Голов, В.Н. Костюченко. Бухгалтерський облік за міжнародними стандартами, К.: Екаунтинг, 2000. — 384 с. 3. Постановление Кабинета Министров Украины от 28.10.98 №1706 "Об утверждении программы реформирования системы бухгалтерского учета с применением Международных Стандартов. //Всеукраинский бухгалтерский журнал "Главбух". — 1998. — 16. — С. 11.

МАТЕМАТИЧЕСКИЙ АППАРАТ АНАЛИЗА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ НЕЧЕТКОЙ ЛОГИКИ

УДК 658.012.4

**Боровой Ю.Н.
Федько В.В.**

Часто в деятельности предприятия присутствуют наложение измеримого и неизмеримого и факторы неопределенности, которые необходимо учитывать при анализе его инвестиционной привлекательности. Такая информация может быть интерпретирована с помощью нечетких критериев. В случаях, когда при анализе инвестиционной привлекательности присутствуют факторы, которые невозможно точно измерить или формализовать, то целесообразно дополнить модель схемами нечеткой логики. Такой

подход позволит учесть влияние нечеткой составляющей, что в конечном итоге повысит адекватность модели.

Для анализа инвестиционной привлекательности необходимо набор, состоящий из некоторого числа финансовых показателей, дополнить качественными факторами, оказывающими существенное влияние на функционирование предприятия, например: уровень менеджмента, уровень развития инфраструктуры, перспективность рынков сбыта продукции и др. Результатом будет большой массив частных показателей, имеющих различную экономическую суть и выраженных в разных единицах измерения.

Для проведения анализа инвестиционной привлекательности предприятия необходимо иметь разработанную систему частных показателей и соответствующий этой системе эталонный вариант, в котором для каждого частного показателя стоит наилучшая оценка, зависящая от цели исследования. Для каждого частного показателя по всем исследуемым предприятиям необходимо выставить экспертные оценки в зависимости от значений показателей. Оценки выражаются десятичными дробями от 0 до 1. При этом оценки по разным показателям могут иметь различную степень субъективности.

Таким образом, состояние i -го предприятия будет описываться нечетким подмножеством \tilde{P}_i из интервала $[0,1]$, а эталонный вариант будет задан нечетким подмножеством \tilde{T} также из интервала $[0,1]$. Для всех элементов подмножества характерна так называемая характеристическая функция принадлежности $M_{\tilde{P}}(x)$, где \tilde{P} — обозначение нечеткого подмножества, x — элемент подмножества. Эта функция принимает значение из интервала $[0,1]$ в зависимости от степени принадлежности элемента x подмножеству. В нашем случае $M_{\tilde{P}}(x)$, — это экспертная оценка частного показателя x .

Теперь можно построить коэффициент адекватности \tilde{P}_i относительно \tilde{T} .

Если $M_{\tilde{P}}(x) \geq M_{\tilde{T}}(x)$, то $K_x(p \rightarrow l) = 1$,
 Если $M_{\tilde{P}}(x) < M_{\tilde{T}}(x)$, то $K_x(p \rightarrow l) = 1 - M_{\tilde{T}}(x) + M_{\tilde{P}}(x)$

В более общем виде запишем $K_x(p \rightarrow l) = 1 \wedge (1 - M_{\tilde{T}}(x) + M_{\tilde{P}}(x))$

Тогда, используя заданные выше критерии, получаем коэффициент адекватности $K(p_i, l)$ как результат суммирования $K_x(p \rightarrow l)$ и деления суммы на мощность подмножества n :

$$K_{(p_i)} = \frac{\sum_i^n K_{x(p \rightarrow l)}}{n}$$

При выборе альтернативного варианта необходимо для каждого предприятия, описанного \tilde{P}_i , вычислить коэффициент адекватности $K(p \rightarrow l)$, и выбирается тот вариант, который получил наиболее высокий коэффициент адекватности.

Следует отметить некоторые особенности коэффициента адекватности:

1. Эталонный вариант, у которого $\mu = 0$ для всех показателей, и альтернативный вариант, у которого все $\mu = 0$, получат коэффициент адекватности $K=1$. Тогда как вариант с $\mu > 0$ получит меньшее K для этого эталона, т.е. для эталона с низкими оценками наиболее подходящим будет вариант также с низкими оценками.

2. По критерию: если $M_{\tilde{P}}(x) \geq M_{\tilde{T}}(x)$, то $K_x(p \rightarrow l) = 1$, присваивается $K = 1$ любому варианту, у которого оценки показателей не ниже требуемых эталоном. Эталон, требующий абсолютно хороших характеристик от предприятия-варианта, будет иметь $\mu = 1$ для всех частных показателей. В этом случае достаточно вычислить сумму всех μ вариантов и разделить ее на мощность. Этот критерий предполагает, что если предприятие

способно на большое, то оно способно и на малое.

3. С другой стороны, эталонное нечетное подмножество \tilde{T} показывает уровень достаточности, который требуется от каждого из частных показателей. Например, если основным критерием поиска предприятия выступает надежность, то показатели, характеризующие надежность среди всей системы частных показателей, должны иметь наиболее высокие μ , тогда как группа показателей прибыльности может иметь более низкие μ .

Можно проводить анализ, используя другой метод нечеткой математики, а именно — метод определения различия, существующего между эталоном и каждым из вариантов с помощью математического понятия расстояния. Существуют различные способы расчета расстояния. Один из них — расстояние Хемминга — рассчитывается на основе разности между соответствующими элементами двух подмножеств. Чтобы найти относительное расстояние Хемминга, необходимо вычислить сумму модулей разности соответствующих элементов подмножеств и разделить ее на мощность:

$$\delta(\tilde{P}_i, \tilde{T}) = \frac{1}{n} \sum |\mu_{\tilde{P}_i}(\chi) - \mu_{\tilde{T}}(\chi)|,$$

где δ — относительное расстояние Хемминга;

n — мощность подмножеств.

Такое расстояние необходимо найти для каждого варианта P_i .

После нахождения расстояния между P_i и \tilde{T} остается выбрать вариант, находящийся ближе других к контуру эталона \tilde{T} .

Если расстояние между подмножествами определяется другим способом, то возможно иное упорядочивание вариантов, чем при использовании относительного расстояния Хемминга.

Возможен случай, когда имеется несколько различных эталонов и несколько

вариантов и для каждого эталона необходимо выбрать свой вариант. В этом случае необходимо найти расстояние между каждым вариантом и каждым эталоном и построить матрицу расстояний. Затем выбирается вариант \tilde{P}_i с наименьшим значением расстояния δ_{ji} от эталона \tilde{T} .

Приведенную выше процедуру выбора проиллюстрируем на примере. Для пяти промышленных предприятий была оценена инвестиционная привлекательность с учетом влияния нечеткой составляющей. В качестве критериев выбора была использована близость альтернативных вариантов к трем построенным эталонам \tilde{T}_1, \tilde{T}_2 и \tilde{T}_3 . Первому эталонному варианту соответствует высокая прибыльность, второму — высокая надежность и третьему — среднее сочетание приведенных выше первых двух эталонов. В этом случае матрица расстояний приобрела вид:

	\tilde{P}_1	\tilde{P}_2	\tilde{P}_3	\tilde{P}_4	\tilde{P}_5
\tilde{T}_1	0,33	0,42	0,26	0,51	0,37
\tilde{T}_2	0,43	0,38	0,46	0,16	0,31
\tilde{T}_3	0,32	0,28	0,51	0,40	0,27

Выбор альтернативных вариантов для эталона, которым они наиболее соответствуют, осуществим следующим образом. Для $\delta(\tilde{P}_3 \rightarrow \tilde{T}_1) = 0,26$ выбираем \tilde{P}_3 для \tilde{T}_1 и удаляем из матрицы столбец \tilde{P}_3 и строку \tilde{T}_1 . Для $\delta(\tilde{P}_4 \rightarrow \tilde{T}_2) = 0,16$ выбираем \tilde{P}_4 для \tilde{T}_2 и удаляем из матрицы столбец \tilde{P}_4 и строку \tilde{T}_2 . Для $\delta(\tilde{P}_5 \rightarrow \tilde{T}_3) = 0,27$ выбираем вариант \tilde{P}_5 для эталона \tilde{T}_3 и удаляем столбец \tilde{P}_5 и строку \tilde{T}_3 . Варианты \tilde{P}_1 и \tilde{P}_2 остаются невыбранными. Итоговая матрица выбора будет иметь вид:

	\tilde{P}_1	\tilde{P}_2	\tilde{P}_3	\tilde{P}_4	\tilde{P}_5
\tilde{T}_1			1		
\tilde{T}_2				1	
\tilde{T}_3					1

Из таблицы следует, что для эталона \tilde{T}_1 наиболее предпочтительным является вариант \tilde{P}_3 , эталона \tilde{T}_2 — вариант \tilde{P}_4 и для эталона \tilde{T}_3 — вариант \tilde{P}_5 .

Кроме того, использование относительного расстояния позволяет исследовать близость вариантов между собой для их группирования.

Таким образом, использование математического аппарата нечеткой логики позволяет повысить эффективность обработки и анализа экспертных оценок.

Построение таких моделей позволяет разработать на их основе программное обеспечение для систем поддержки принятия решения.

Литература: 1. Пономаренко В.С. Стратегічне управління підприємством. — Харків: Основа, 1999. — 620 с. 2. Пушкар О.І. Системи підтримки рішень слабоформалізованих задач розвитку підприємств: Навч. посібник. — Харків: РВВ ХДЕУ, 1997. — 140 с. 3. Аверкин А.Н., Батыршин И.З. и др. Нечеткие множества в моделях управления и искусственного интеллекта. — М.: Наука, 1986. — 242 с. 4. Забродский В.А., Клебанова Т.С., Скурихин В.И. Анализ и предупреждение дестабилизации функционирования предприятия. — К.: Манускрипт, 1994. — 76 с.

К ВОПРОСУ УПРАВЛЕНИЯ ВКСЕЛЬНЫМ ОБОРОТОМ НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

УДК: 658.14

Савон Р.Л.

Одной из составляющих оборотных средств предприятия является оборот ценных бумаг на предприятии, а именно — векселей. С **вексельным оборотом** связывают обоснованные надежды на оздоровление

отечественной экономики. Однако формирование вексельных отношений среди субъектов хозяйственной деятельности, которое вызвало положительное экономическое движение, выявило и ряд явлений отрицательных. Многие предприятия рассматривают расчеты по средствам векселей однобоко и используют их оборот только в случае замкнутых бартерных схем при поставках продукции. Правда, здесь нужно отметить и то, что законодательная база государства по обеспечению вексельного оборота только недавно начала свое возрождение и становление.

Применение векселей во внутреннем хозяйственном обороте устранила финансово-кредитная реформа 1930 — 1932 гг., поэтому почти 60 лет это направление не развивалось. Хотя СССР и присоединился к Женевской вексельной конвенции, приняв в 1937 г. "Положение о переводном и простом векселе" [1], однако это действие имело целью лишь обеспечить потребности внешней торговли — и не более того. В хозяйственной же деятельности предприятия не использовали векселей до 1992 г. Преодоление периода становления вексельного оборота является первоочередным заданием, решение которого требует объединения усилий государства, специалистов вексельного права и финансов, а также субъектов предпринимательской деятельности.

Универсальность сферы применения, разнообразие видов и форм, в которых вексель может выступать на внутреннем и внешнем рынках, а также функции, которые он выполняет в хозяйственном обороте, представили вексель как один из основных финансовых инструментов рыночной экономики.

Таким образом, в настоящее время многие предприятия используют вексельный оборот в своей хозяйственной деятельности. Однако для повышения эффективности использования такого оборота необходима разработка и постоянная рационализация организационной структуры управления вексельным оборотом при полном обеспечении требований норматив-

ных документов государства [2], которые обеспечивают процессы оборота ценных бумаг.

Для обеспечения оптимальной организации вексельного оборота на предприятии необходимо всестороннее развитие следующих направлений:

создание системы учета и контроля поступающих на предприятие векселей;

проведение всестороннего анализа движения векселей;

повышение профессионального уровня специалистов предприятия, принимающих участие в организации вексельного обращения;

применение финансово-кредитных и банковских инструментов;

использование регулирующего законодательства [2].

Указанные направления рассмотрены на примере одного из крупнейших промышленных предприятий Украины — закрытого акционерного общества "Ново-Краматорский машиностроительный завод" (г. Краматорск).

АО "НКМЗ" является одним из основных производителей оборудования тяжелого машиностроения в Украине. В настоящее время финансовое положение предприятия стабильно и имеет положительную тенденцию к дальнейшему развитию. В своей хозяйственной деятельности предприятие использует практически весь набор существующих финансовых инструментов, что позволяет получить позитивное влияние на конечные результаты хозяйственной деятельности, т.е. на прибыль предприятия. Одним из

таких инструментов, как уже говорилось ранее, является вексельный оборот предприятия.

Организация и становление вексельного оборота на предприятии началось в 1997 году. Получая простые векселя от заказчиков продукции, АО "НКМЗ" передавало их в качестве оплаты своим поставщикам, в основном предприятиям энергетического комплекса. На первый взгляд, решалась практически только одна задача — уменьшение кредиторской и дебиторской задолженности предприятия. Однако при более глубоком рассмотрении вопроса на первый план выходила задача бесперебойного функционирования предприятия, которое в период 1997 — 1998 г. было невозможно без своевременной оплаты потребленных энергоносителей. С другой стороны, финансовое положение предприятия в этот период не позволяло оплачивать энергоносители в полном объеме денежными средствами путем перечисления на расчетные счета поставщиков. Такое положение обуславливается типичной проблемой промышленных предприятий Украины — нехваткой собственных оборотных средств. Начиная с 1998 г., оборот векселей, проходивший через АО "НКМЗ", значительно увеличился как в количественном, так и в денежном выражении (табл. 1). И это привело к необходимости создания централизованного учета и контроля вексельного оборота предприятия. Были разработаны нормативные документы предприятия по организации приема, выдачи и использования простых векселей.

Таблица 1

Динамика развития вексельного оборота АО НКМЗ

Показатели	Значения показателей по годам									
	1997		1998		1999		2000		1 кв. 2001	
	Доход	Расход	Доход	Расход	Доход	Расход	Доход	Расход	Доход	Расход
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Вексельный оборот, тыс. грн.	3 618	4 658	23 215	22 873	48 065	44 781	16 686	25 897	12 134	4 784

Окончание табл. 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Объем продаж, тыс. грн.	129 201		214 078		322 587		475 638		154 179	
Доля вексельных платежей в объеме продаж, %	2,8		10,8		14,9		3,5		7,9	

Как видно из табл. 1, в период с 1997 по 2000 г. динамика вексельного оборота имела положительную тенденцию как в абсолютных, так и в относительных показателях. Уменьшение доли вексельных платежей в течение 2000 г. обусловлено несколькими факторами. Во-первых, этот год стал для многих предприятий годом значительного уменьшения бартерных операций и увеличения расчетов посредством перечисления денежных средств, и АО "НКМЗ" не стало исключением. Во-вторых, данное предприятие по итогам работы за 2000 г. обеспечило значительный рост объема продаж по сравнению с предыдущими годами, существенно возросли также поступления денежных средств от зарубежных партнеров, которые производят расчеты исключительно путем перечисления денежных средств на расчетные счета. В-третьих, изменилась классификация вексельных схем, т.е. было введено разделение векселей по степени ликвидности, отмечен рост оборота финансовых (банковских) векселей, домицилированных векселей, векселей со сроком погашения по предъявлению; предпочтение отдается вексям более ликвидных эмитентов и векселедержателей, о чем будет сказано дальше. В первом квартале 2001 г. наметилась тенденция к увеличению вексельного оборота уже с учетом классификации вексельных схем и платежей.

К организации системы учета и контроля привлечены экономические службы предприятия (бухгалтерия, финансовый отдел

и др.), маркетинговые (службы контрактордержателей) и ревизионные службы. Работы по обеспечению вексельного оборота позволили предприятию в полной мере использовать этот мощный экономический рычаг в своей хозяйственной деятельности. Об этом свидетельствуют результаты, полученные в ходе внедрения следующего направления — всестороннего анализа движения векселей.

Анализ движения векселей проводится параллельно в нескольких направлениях на основе информации финансового и бухгалтерского учетов. На рис. 1 представлена общая схема направлений анализа, используемая в системе управления вексельным оборотом предприятия.

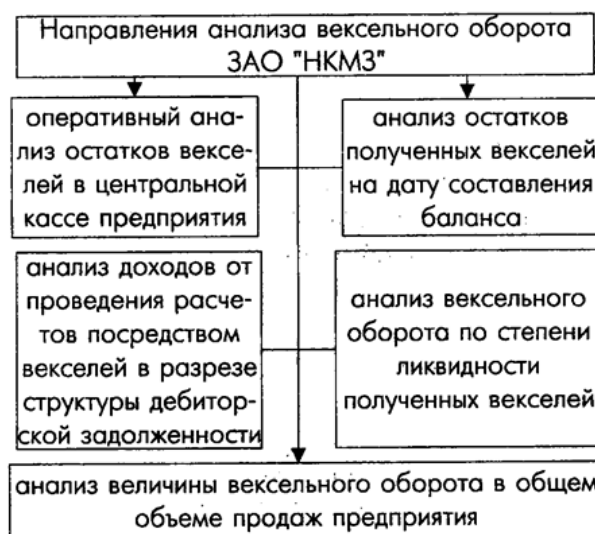


Рис 1. **Схема направления анализа вексельного оборота на предприятии**

Таблица 2

Изменение величины полученных и выданных векселей в общем объеме активов и пассивов предприятия

Показатели активов и пассивов	На 01.01.2000		На 01.01.2001	
	Абсолютная величина, тыс. грн.	Доля в общем объеме активов (пассивов), %	Абсолютная величина, тыс. грн.	Доля в общем объеме активов (пассивов), %
Дебиторская задолженность	59 207	17,12	102 816	33,04
Векселя полученные	295	0,09	2 390	0,77
Всего оборотных средств	345 925	100,00	311 224	100,00
Кредиторская задолженность	88 372	99,82	108 793	90,74
Векселя выданные	157	0,18	11 099	9,26
Всего краткосрочных обязательств	88 529	100,00	119 892	100,00

Анализируя величину полученных векселей (табл. 2), отражаемую в годовом балансе предприятия за период 1999 г. и 2000 г. можно заключить, что доля полученных векселей в общем объеме оборотных средств увеличилась с 0,09% до 0,77%. Это произошло за счет организации и внедрения классификации по степени ликвидности принимаемых векселей и уменьшения остатков оборотных средств в целом по причине ускорения их оборачиваемости и, как следствие, высвобождения из оборота. Если в 1999 г. предприятие стремилось "избавиться" (передать кредиторам) от полученных простых векселей (в основном "товарных"), то уже в 2000 году с появлением более ликвидных

векселей (финансовых, банковских, авалированных и т.п.) предприятие может себе позволить небольшой задел простых векселей, учтенных в центральной кассе предприятия. Тем более, что некоторые векселя, эмитированные банками, имеют степень доходности, сопоставимую с депозитом. С другой стороны, издержки хранения временно свободных, неиспользуемых денежных средств гораздо выше, чем затраты, связанные с краткосрочным вложением денег в ценные бумаги (векселя).

Структура управления вексельным оборотом на АО "НКМЗ" также предусматривает качественные параметры оценки эффективности расчетов посредством вексельных платежей. Такие параметры не имеют строго определенных нормативных значений, однако при создании системы управления вексельным оборотом предприятия необходимо иметь представление о некоторых из них (параметрах):

1. Обеспеченность вексельных расчетов. Этот показатель представляет собой отношение суммарного объема номиналов векселей, которые предъявлены предприятию к погашению, например в текущем периоде, к общему доходу предприятия за этот же период. Практика реализации вексельных платежей на АО "НКМЗ", а также на некоторых промышленных предприятиях области (у партнеров) показала оптимальные значения указанного показателя в следующих диапазонах:

- до 20% — вексельная программа предприятия обеспечена;
- от 20% до 60% — вексельная программа ограничено обеспечена;
- более 60% — вексельная программа предприятия не обеспечена.

2. Оценка риска вексельных расчетов для предприятия. Оценка риска вексельных расчетов является дополнительным показателем качественной организации вексельного оборота предприятия. Этот показатель представляет собой отношение суммарного объема номиналов ценных бумаг, которые могут быть

предъявлены предприятию к погашению его кредиторами, к имеющимся у предприятия денежным средствам на дату проведения расчета и определяется по формуле:

$$K = CB / CD \times 100\%, \quad (1)$$

где K — показатель оценки риска вексельных расчетов;

CB — сумма номиналов эмитированных ценных бумаг (векселей);

CD — сумма денежных средств на дату проведения расчетов.

Показатель оценки риска отражает степень уязвимости предприятия при одновременном предъявлении векселей к погашению. Предлагаемый нами диапазон значений указанного показателя следующий:

до 2% — ситуация для предприятия "без риска";

от 2% до 10% — ситуация "с приемлемым риском";

от 10% до 20% — ситуация "с повышенным риском";

больше 20% — ситуация "рискованная".

В организационной структуре вексельного оборота АО "НКМЗ" используется ряд других параметров оценки вексельных расчетов как качественного, так и количественного характера. Это показатель репутации предприятия, показатель эффективности беспроцентного кредитования и др. Все эти показатели оказывают позитивное влияние на организацию вексельного оборота предприятия, а также на эффективность (конечные результаты) проводимых расчетов путем приема-передачи ценных бумаг.

Организационно-информационная система анализа и контроля вексельного оборота на предприятии объединяет основные составляющие аналитико-контрольного процесса. Важным принципом построения организационной системы анализа и контроля вексельного оборота промышленного предприятия выступает обеспече-

ние менеджеров стратегического уровня управления максимальным объемом информации о вексельных платежах.

Итак, организационная система управления вексельным оборотом предприятия является сжатой характеристикой аналитико-контрольного процесса об объекте и субъекте исследования, целях и задачах, системе показателей, которые описывают параметры объекта, а также информационного обеспечения руководителей всех уровней управления экономикой предприятия. Поэтому эффективность вексельного оборота предприятия в большей степени зависит от возможностей экономического анализа и контроля при исследовании и оценке вексельного оборота как результата движения (перераспределения) денежных потоков.

В заключение можно отметить, что наличие на предприятии системы управления вексельным оборотом позволяет решать следующие задачи по:

уменьшению риска расчетов с дебиторами;

созданию дополнительных финансовых ресурсов;

ускорению оборота оборотных активов;

увеличению эффективности долгосрочного размещения временно свободных денежных средств в активах, обеспеченных векселями.

Экономический анализ и внутренний контроль за вексельным оборотом на предприятии способствует получению субъектом управления необходимой информации о вексельных платежах с целью оценки правомерности и эффективности вексельных операций относительно сложившейся экономической ситуации на данном этапе работы промышленного предприятия.

Литература: 1. League of Nations //Treaty Series vol. CXLIII. — №3313. — 1933-1934. — 259 p. 2. Закон Украины "Про приєднання України до Женевської конвенції 1930 року, якою запроваджено Уніфікований закон про переказні векселі та прості векселі" //Відомості Верховної Ради. — №34. —1999. — Ст. 290. 3. Закон України "Про обіг векселів в Україні". //Відомості Верховної Ради. — №24. — 2001. — Ст. 128.



ПРОБЛЕМНЫЕ ВОПРОСЫ РАБОТЫ АВТОТРАНСПОРТА В ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ

УДК 656.13:338.47: 656.13:658 *Горяинов А.Н.*

Современный этап развития автомобильного транспорта Украины сопряжен с рядом проблем. Источниками этих проблем являются сложные преобразования в экономике и попытки использования логистической концепции при управлении. Автомобильный транспорт страны, как и все другие отрасли, находится в специфических, отличных от развитых стран с рыночной экономикой условиях. С одной стороны, затянувшиеся реформы экономики, которые привели к резкому снижению объемов перевозок грузов и, как следствие, разорению части крупных автотранспортных предприятий; с другой — распространение прогрессивных методов управления на основе логистических принципов, которые нашли широкое применение в странах Западной Европы и Америки. В таких условиях актуальным становится разработка программы развития транспорта на перспективу и определение роли государства в этом процессе.

На первом этапе необходимо определить основные проблемы, с которыми столкнулся автомобильный транспорт, и определить возможные направления их решения с позиций логистики.

Изучение литературных источников, касающихся вопросов разви-

тия логистики и транспорта, позволяет сделать следующие выводы: 1) использование логистической концепции для управления логистической системой ставит проблему выбора критерия эффективности; 2) развитие рыночных отношений приводит к качественному и количественному изменению предприятий автомобильного транспорта; 3) изменяется роль отдельных технологий перевозок грузов, возникает необходимость в получении новых научных знаний по вопросам взаимодействия автомобильного транспорта с другими видами транспорта и подсистемами логистической системы; 4) по мере развития экономических отношений все более актуальным становится вопрос определения роли государственных и частных структур в работе и развитии логистической системы (в частности транспорта).

Указанные проблемные вопросы работы автомобильного транспорта можно представить в виде блок-схемы (рис. 1).

Далее охарактеризуем каждый из указанных проблемных вопросов. Одним из основных, который возникает при изучении любого объекта, является вопрос выбора критерия эффективности. Используемые ранее критерии эффективности в отношении работы автомобильного транспорта (например, максимум прибыли, минимум затрат, минимум транспортной работы, минимум пробега и др.) не отражали особенностей работы транспорта в рамках логистической системы. Не учитывались особенности рыночных условий. Рассмотрение автотранспорта как подсистемы логистической системы обнаруживает конфликты между критериями эффективности подсистем.



Рис. 1. Схема проблемных вопросов автомобильного транспорта

Так, планирование работы логистической системы по критерию минимум затрат приводит к следующим конфликтам: уменьшение затрат на транспорт приводит к увеличению складских затрат, уменьшение затрат на упаковку приводит к увеличению затрат на транспорт и др. [1]. Приведенный пример показывает: конфликт критериев лишь между парами подсистем логистической системы, хотя реально критерий эффективности одной подсистемы имеет влияние на все подсистемы. Определение такого влияния требует дальнейших исследований. Аналогично можно провести изучение конфликтов других критериев эффективности (максимум прибыли, доходов и др.) или комбинации нескольких критериев. Схемы влияния различных критериев эффективности и подсистем логистической системы представлены на рис. 2.

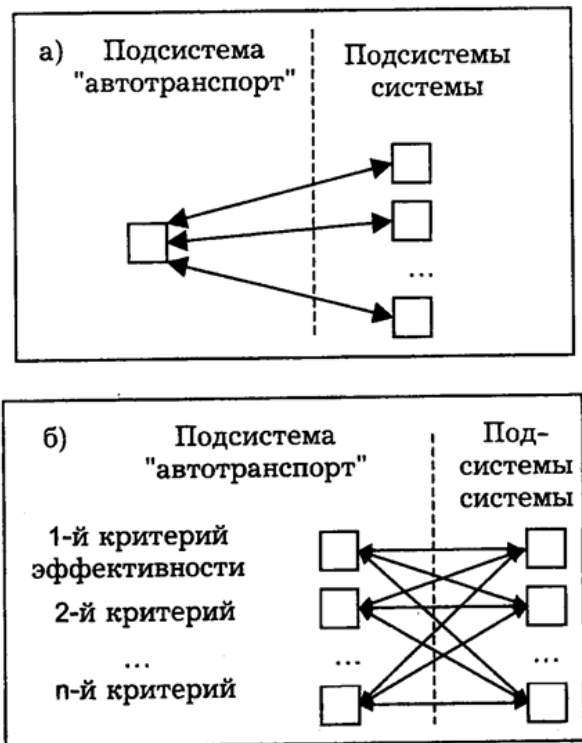


Рис. 2. Конфликты критериев эффективности подсистем логистической системы: а, б – соответственно одного и нескольких критериев эффективности

Принятие решений по вопросам дальнейшего развития какого-либо автотранспортного предприятия сопряжено с неопределенностью. Условно неопределенность можно разделить на неопределенность, которая возникает из-за отсутствия информации, и на неопределенность, возникающая от недостаточной точности (неполноты) используемой информации. Относительно второго вида неопределенности, ее снижение возможно за счет уточнения (дополнения) имеющейся информации либо за счет использования методик, которые могли бы недостаток информации компенсировать. При отсутствии таких методик вероятно их разработка. Уменьшение первого вида неопределенности при принятии решений на автомобильном транспорте возможно за счет получения новых научных знаний по вопросам структуры автопредприятий, структуры автомобильного парка, использования технологий перевозки грузов и др. При этом необходимо отметить, что получение таких знаний о работе реального объекта имеет трудности. Это вызвано нежеланием участников логистической системы раскрывать экономические показатели своей работы. Проведение же научных экспериментов является практически неосуществимым. Поэтому изучение закономерностей работы логистической системы должно проводиться на ее модели.

Отдельно отметим вопрос о применении технологий доставки грузов автомобильным транспортом. Эксплуатация автомобилей осуществляется, в основном, на маятниковых и развозочных маршрутах. При этом требуют дальнейшего изучения следующие вопросы: применение транспортных технологий перевозок грузов в логистической системе; влияние технологий перевозок на структуру парка подвижного состава; определение характеристик технических средств, которые наиболее рационально использовать на маршрутах.

Наблюдается недостаток практических знаний по вопросам организации, управления, регулирования процессов взаимодействия различных подсистем логистической системы. Особенно актуальным является изучение правовых и экономических аспектов такого взаимодействия. В отношении автомобильного транспорта требуют научных исследований следующие вопросы: определение прав и обязанностей в логистической системе; определение общих экономических интересов участников системы и их финансовая реализация; определение механизмов взаимодействия с подсистемами логистической системы (в том числе с подсистемой "транспорт").

Происходящее становление и развитие рыночных отношений, изменения в работе автомобильного транспорта требуют вмешательства и корректировки со стороны государства. Характер и вид регулирования работы автотранспорта, подсистем логистической системы, самой логистической системы с учетом рыночной ситуации требует дальнейших исследований. Одним из основных видов регулирования со стороны государства является налоговое регулирование. Получение знаний о закономерностях влияния налогов на деятельность логистической системы и на каждого его участника позволит повысить эффективность государственного управления.

Подводя итог вышеизложенного, можно сказать, что в ходе исследований выделены и описаны основные проблемы, с которыми сталкивается автомобильный транспорт на современном этапе своего развития. В дальнейшем возможно более детальное изучение рассмотренных проблемных вопросов.

РЕЦЕНЗІЯ

на монографію ТРИЦДА О.М. "ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА"

В економічних дослідженнях і практичній діяльності менеджерів підприємства все більше і більше місця займає проблема стратегічного розвитку підприємства. Підприємство може досягти успіху в конкурентній боротьбі лише завдяки реалізації стратегії розвитку, безперервно здійснюючи інноваційні процеси в усіх сферах своєї життєдіяльності. І це не випадково. Входження промислових підприємств України до системи світової конкуренції, відсутність досвіду переходу від командно-адміністративної системи до розвинутої ринкової економіки, відсутність теорії перехідного періоду — все це висуває на порядок денний проблему управління стратегічним розвитком підприємства. Пошук більш довершених підходів до управління промисловим підприємством в економічній науці концентрується на сьогоднішній день в удосконаленні стратегічного управління, розробці теорії стратегії, управлінні розвитком антикризового управління, інженерії стратегії.

Отримані результати в цих напрямках, з одного боку, відіграють роль методологічного базису, що координує використання виняткових методів, моделей та механізмів, з другого — забезпечують синергійний ефект у застосуванні різних підходів до стратегічного розвитку підприємства. В зв'язку з цим автором у роботі намічені шляхи до обґрунтування методологічного базису щодо стратегічного управління розвитком підприємства, що може бути покладено в основу системи теоретичних моделей та методів, практичних методик і процедур для стратегічного управління розвитком підприємства.

У монографії автором зроблені наступні висновки:

1. У результаті вивчення тенденцій і змін у світовій економіці та в характері підприємницької діяльності й менеджменту зроблено висновок, що сучасний етап ринкового господарювання пов'язаний з дематеріалізацією виробництва, децентралізацією управління і глобалізацією виробничо-економічних процесів.

2. Аналіз сучасної економіки показав, що вона характеризується високим динамізмом процесів розвитку, який здійснюється на принципах самоорганізації і підтримується глобальним організаційно-економічним механізмом. З цього приводу кожне підприємство може забезпечити своє виживання і процвітання тільки з побудовою і врахуванням тенденцій та особливостей функціонування такого організаційно-економічного механізму. Автором сформульовано визначення цього механізму.

3. Вивченні характеристики процесів розвитку підприємства в нестійких умовах економіки, а також різні наукові напрямки, пов'язані з розвитком підприємства, зроблено висновок про необхідність розглядати управління розвитком підприємства з більш широких методологічних позицій — як стратегічне управління розвитком.

4. Проведений автором аналіз основних моделей розвитку підприємства дозволив визначити його основні риси, виявити фактори і параметри формування і реалізації стратегії.

5. У роботі при побудові організаційно-економічного механізму стратегічного розвитку підприємства з врахуванням вимог міждисциплінарного підходу була використана цілісна система принципів.

6. Аналіз та побудова організаційно-економічного механізму формування і реалізації стратегії розвитку в роботі здійснювались на підставі системного підходу з застосуванням системного аналізу, сучасних методів теорії управління економічними системами і методів, орієнтованих на прийняття рішень. Все це дало змогу авторові підійти до створення концепції організаційно-економічного механізму формування і реалізації стратегії розвитку з цілісних позицій та розглянути цей процес як організаційне проектування. На підставі цього була побудована структурно-функціональна модель організаційно-економічного механізму формування і реалізації стратегії розвитку з наступною розробкою методів синтезу окремих його складових.

7. В основі побудови організаційно-економічного механізму стратегічного розвитку підприємства знаходяться відповідні формальні нормативні акти та правила, які визначають поведінку окремих менеджерів, фахівців різних структурних підрозділів підприємства, системи менеджменту



в цілому у відносинах між співробітниками та у відносинах із зовнішніми суб'єктами діяльності. Все це, на погляд автора, являє структуру управління стратегічним розвитком, яка визначається множинністю упорядкованих стійких відносин між елементами, що складають підсистему розвитку підприємства — технологічними, інформаційними, адміністративно-правовими, економічними, соціально-психологічними.

8. Багатоаспектність стратегії вимагає і специфічного багатомодельного підходу до її опису. Кожна стратегія в структурі системи стратегічного управління розвитком має представлятися множинністю взаємозалежних моделей. Моделі повинні представляти:

динаміку процесу зародження стратегії, зростання, стабілізації і припинення використання; конкурентне чи партнерське співіснування різних стратегій; механізми заміни стратегій;

класифікатори загальнокорпоративних та функціональних стратегій, які пов'язані за допомогою моделей-інтерпретаторів з класифікаторами внутрішніх і зовнішніх факторів.

9. Проведений автором аналіз різних видів розвитку організації дозволив зробити висновки, що його можна представити як деякий процес, що складається з окремих етапів та характеризується певними властивостями.

10. Стратегія розвитку підприємства є слабоформалізованою якісно оцінюваною категорією. Для одержання інтегральної оцінки якості стратегії розвитку в роботі автором запропоновано використати багатоатрибутивний підхід корисності.

11. Побудова організаційно-економічного механізму стратегічного розвитку підприємства ґрунтується на використанні внутрішніх і зовнішніх інструментів діяльності менеджерів підприємства. Тобто формування стратегії має здійснюватися на основі визначеної технології. Автором в роботі запропонована й апробована методика, що являє собою технологію розробки організаційно-економічного механізму стратегічного розвитку підприємства.

12. У роботі автор визначає структурні ланки в складі системи управління підприємства, призначені для формування і реалізації стратегії, як такі, що мають за сферу впливу підприємство; за напрямками впливу — спрямовані усередину підприємства; за характером цілей — стратегії, що охоплюють загальні, тактичні та оперативні цілі.

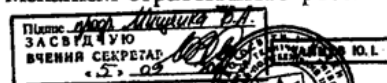
13. У структурі процесу формування загальної стратегії розвитку підприємства фінансова політика являє собою конкретну форму і спосіб реалізації окремої цільової фінансової стратегії. Сутність запропонованого автором методичного підходу до формування і реалізації фінансової стратегії розвитку полягає в декомпозиції грошових потоків за кожним проектом програми розвитку, а також в діяльності підприємства в цілому за всією програмою. При цьому проекти програми розвитку формуються виходячи з оцінених інноваційних ситуацій. Виявляються ключові фактори, що визначають фінансову стратегію підприємства і можливі точки управління такими факторами в загальній структурі грошових потоків підприємства.

14. Однією з функціональних стратегій є маркетингова стратегія, що забезпечує взаємодію підприємства зі споживачем. У рамках цієї багатоаспектної функціональної стратегії найменш дослідженою на сьогодні є розробка класифікації інструментів маркетингу, що використовуються в системі просування товару на ринок. У роботі автором пропонується: за класифікаційні ознаки інструментів системи просування товару на ринок слід використовувати такі характеристики: суб'єкт чи об'єкт впливу, сферу впливу та рівень використання інструмента, спосіб і метод впливу, сутність новизни інструмента для даного регіону, вплив на ціну.

У цілому можна зробити висновок, що викладені в рецензії і рукописі результати досліджень є новими, вони вносять вклад в теорію стратегічного розвитку підприємства. На основі цього можна стверджувати, що дана монографія буде корисною як спеціалістам у галузі організації розвитку, так і практичним працівникам у галузі стратегічного управління.

Вважаю доцільним монографію "Організаційно-економічний механізм стратегічного розвитку підприємства" рекомендувати до друку.

РЕЦЕНЗЕНТ — докт. екон. наук, професор,
завідуючий кафедрою бізнесу і контролінгу
Харківського національного
технічного університету



Міщенко В.А.

РЕЦЕНЗІЯ

на монографію ТРИДІДА О.М. "ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА"

В теорії та практиці управління підприємством однією з найбільш трудомістких і мало досліджених є проблема побудови організаційно-економічного механізму формування і реалізації стратегії розвитку підприємства. Проблема вимагає поглибленого вивчення як в теоретичному плані, так і з точки зору практичного втілення даного механізму. Важливе місце в структурі організаційно-економічного механізму стратегічного розвитку підприємства належить технологіям і моделям прийняття рішень у процесі формування та реалізації стратегії. Це породжує проблему розробки конкретних методів і методик формування механізмів функціональних стратегій розвитку підприємства і рекомендацій щодо їх використання в організаційно-економічному механізмі стратегічного розвитку підприємства. Необхідність формування загального підходу до синтезу вказаних методів і методик вимагає створення теоретичного базису для побудови механізмів формування та реалізації функціональних стратегій підприємства і технології їх застосування. Найважливішими компонентами стратегічного управління розвитком підприємства є процеси формування та реалізації фінансової і товарної стратегій.

Ще одним із напрямків удосконалення методологічного базису побудови організаційно-економічного механізму стратегічного розвитку підприємства є адаптація результатів інженерії стратегії до умов економіки України, яка проходить зараз період трансформації. Інженерія стратегії в її вихідному визначенні та розвитку базується переважно на формуванні інструментів ринку, а також комбінуванні уже існуючих інструментів з метою отримання максимального прибутку.

Об'єктом дослідження в монографії є промислові підприємства. Як предмет дослідження обрані процеси побудови організаційно-економічного механізму стратегічного розвитку підприємства.

Мета роботи — обґрунтування і розробка концептуальних основ побудови організаційно-економічного механізму стратегічного розвитку підприємства і технології його застосування.

Найбільший інтерес, на погляд рецензента, представляють такі обґрунтовані автором розробки та висновки:

теоретичний аналіз і дослідження особливостей функціонування і розвитку промислових підприємств в сучасних умовах на основі стратегічного менеджменту;
методологічний базис стратегічного управління розвитком підприємства;
аналіз категоріального базису стратегічного розвитку підприємства;

загальні принципи, концепція формування і реалізації організаційно-економічного механізму стратегічного розвитку підприємства;

розробка та обґрунтування функціонально-ресурсного адаптивного підходу до формування і реалізації організаційно-економічного механізму стратегічного розвитку підприємства;

технологія формування механізмів і технології прийняття рішень при управлінні функціональними стратегіями підприємства.

Указані проблеми розглядаються і вирішуються в монографії з залученням методологічного і категоріального апаратів різних напрямків в економіці та організації управління підприємством.

Особливості прийнятого автором у монографії підходу полягають у наступному:

1. Процеси формування і реалізації організаційно-економічного механізму стратегічного розвитку підприємства розглядаються не тільки з позицій менеджменту, а й у більш широкому контексті.

2. Дослідження, проведені в монографії, спрямовані на досягнення конструктивних результатів, що нададуть конкретні моделі, методи і методики.

3. Запропоновані та розроблені механізми, моделі й методи формування функціональних стратегій розвитку підприємства орієнтовані на новий клас інформаційних структур як системи підтримки прийняття колективних рішень.

Для ілюстрації цих основних положень наводяться приклади з реальної практики формування функціональних стратегій. Разом з тим доцільним було б глибше висвітлити процеси самоорганізації, які можуть проявлятися в механізмах розвитку підприємства.

В цілому можна зробити висновок, що викладені в рукописі результати досліджень є новими і вносять вклад у теорію стратегічного розвитку підприємства. Видання цієї монографії буде корисним як спеціалістам у галузі організації розвитку, так і практичним працівникам в галузі створення організаційно-економічних механізмів функціональних стратегій.

На думку рецензента, монографію Тридіда О.М. "Організаційно-економічний механізм стратегічного розвитку підприємства" доцільно рекомендувати до друку.

РЕЦЕНЗЕНТ — докт. екон. наук,
професор кафедри менеджменту
Харківського національного
автодорожнього технічного університету



Тищенко О.М.

НАУКОВО-МЕТОДОЛОГІЧНІ НАРОБКИ СУЧАСНИХ ФАХІВЦІВ

Нова управлінська парадигма, що формується в Україні в сучасних умовах, потребує активізації теоретичних досліджень і розробки практичних рекомендацій з проблематики методології управління, які б враховували особливості вітчизняних соціально-економічних систем і необхідність прискореної їх адаптації до ринкових умов господарювання. Актуальність цих питань визначила необхідність методологічних розробок з проблем сучасного управління. **САМЕ ВИРІШЕННЮ ЦЬОЇ МЕТИ ПРИСВЯЧЕНА МОНОГРАФІЯ І.А. МАРКІНОЇ "МЕТОДОЛОГІЯ СУЧАСНОГО УПРАВЛІННЯ".**

Позитивною особливістю структури та змісту цієї монографії є комплексне поєднання автором загально-філософських, політекономічних, суто управлінських та економіко-математичних підходів до дослідження методологічних проблем науки управління.

У монографії доведено, що посилення уваги до вивчення методологічних аспектів науки управління соціально-економічними процесами на сучасному етапі викликано колом конкретних причин, а саме: зростанням ролі управління як другого (після науково-технічного прогресу) фактора, що визначає рівень і темпи росту ефективності суспільного виробництва; перетворенням управлінської праці в одну з масових і в той же час складних професій, що вимагають спеціальної підготовки; необхідністю розвитку форм залучення громадських кіл до управління (с. 3).

На науково-методичному рівні автором у першому розділі монографії "Методологічні передумови розвитку вітчизняної науки управління" з урахуванням необхідності дослідження методології управління та на основі комплексного дослідження тенденцій розвитку сучасного наукового пізнання визначено причини виникнення методологічних проблем на сучасному етапі.

У дослідженні автор спробував виявити і сформулювати проблематику науки управління через вирішення методологічних питань з філософської та політекономічної точки зору, а для цього було розглянуто цілу низку етимологічних проблем науки, що відносяться до предмета, структури, змісту, понятійно-категоріального апарату управлінського вчення.

Науково-методичне значення другого розділу монографії "Філософсько-методологічні основи науки управління" полягає у визначенні загально-філософських аспектів науки управління та застосування елементів дослідження в управлінській методології. У роботі доречно враховано діалектико-логічне осмислення управлінського знання, що надає можливості практичного застосування методологічних аспектів управлінських знань.

Автор зазначає, що економічним основам науки управління приділялось більше уваги, ніж філософським, а тому доцільним є розгляд філософських основ науки управління (с. 22). А тому в дослідженні увага закономірно концентрується на філософському підході до системи управлінського категоріального апарату. Так, автор доводить, що управління як наука розгорнута в систему категорій. Тому всебічне і послідовне вивчення системи управлінських категорій — одна з найголовніших задач, що стоять перед дослідниками. Теоретичне узагальнення сутності управлінських відносин суспільства, наукове вирішення проблем системного управління підприємством потребують глибокого усвідомлення діалектичної природи управлінських категорій, встановлення їхньої внутрішньої логіки. Водночас саме шляхом установаження діалектично-логічної системи управлінських категорій можливо досягти подальшого поглиблення взаємозв'язку галузевих і міжгалузевих управлінських наук, розширення масштабів комплексного дослідження теоретичних і практичних питань на рівні сучасних вимог (с. 23 — 24).

Пізнання сутності системи категорій науки управління в монографії проведено з дотриманням вимог діалектичної логіки. Автором при аналізі управлінських категорій реалізовано філософський метод сходження від абстрактного до конкретного, що виступає визначальним базисом для послідовного упорядкування категорій і визначення їх координат у системі (с. 41).

У третьому розділі монографії "Методологічні підходи до систематизації категоріального апарату науки управління" системно розглянута проблема морфологічної та функціональної структури системи управлінських категорій з урахуванням необхідності створення єдиного апарату системи управлінських категорій. На основі застосування системного підходу в дослідження проведено методологічний аналіз основних понять і категорій науки управління та виявлено рівні впливу категорій у загальній категоріальній системі.

Систему управлінських категорій автор визначив як безліч теоретичних абстракцій, що пов'язані між собою й утворюють єдність, яка абстрактно характеризує сутність управлінських процесів (с. 68). Відповідно до зазначеної мети, в монографії спочатку розглянуті гносеологічні проблеми системи управлінських категорій, що стосуються теоретико-методологічної суті аналізу управлінських категорій, потім — акцентовано увагу на ключових управлінських категоріях з точки зору їх повного формально-логічного визначення, і наприкінці — згідно з задачею синтезу категоріальної системи, розглянуто логіко-функціональні зв'язки між категоріями та об'єднано їх в єдину взаємопов'язану систему.

Практичною реалізацією запропонованих науково-методичних засад щодо формування єдиної категоріальної системи науки управління є розглянута в четвертому розділі "Сучасна методологія застосування логіко-функціональної

структури системи категорій науки управління", матрична інтерпретація взаємозв'язків у логіко-функціональній системі управлінських категорій.

Автор закономірно акцентує увагу на кількісному аналізі квантифікованих відображень категорій науки управління, аналізі взаємозв'язків в квантифікованому просторі, синтетичній побудові логіко-функціональних зв'язків категорій в єдину взаємопов'язану систему та виявлені міри щільності в категоріальному апараті. Він зазначає, що ця система спочатку будується як суто вербальна, а потім отримує свою матричну інтерпретацію, яка відкриває можливості не тільки прослідкувати прямі та непрямі логіко-функціональні зв'язки між категоріями, а й виявити міру щільності зв'язків між кожною парою категорій, і, що особливо важливо, визначити напрями впливу цих категорій одна на одну та на стан системи управління, що дозволить при вірному використанні моделі нейтралізувати негативний вплив елементів системи (с. 87).

Науково-прикладною основою формування системи категорій науки управління є використаний автором підхід до визначення міри щільності зв'язків у категоріальному апараті та системного впливу категорій. Розрахунок матриці логіко-функціональних взаємозв'язків дозволив автору зазначити, що система категорій, яка є функцією загальнотеоретичного знання про сутнісні властивості об'єкта, котрий вона відображає в кожний момент часу, відображає також глибину і структурну диверсифікованість цього знання (с. 132).

Науково-методичне значення п'ятого розділу монографії "Методологічні особливості відносин управління як категорії науки управління" полягає у визначенні сутності, місця і трактувань відносин управління в загальній системі суспільних відносин. На науково-методичному рівні автором монографії забезпечений підхід, згідно з яким відносини управління є основною, системоутворюючою категорією категоріального апарату методології науки управління (с. 136).

На основі вивчення генезису розвитку відносин управління автором запропонована власна інтерпретація відносин управління за загальними і частковими ознаками (с. 175 – 193), що набуває свого змісту в практичній діяльності, яка має бути спрямована на вдосконалення відносин управління.

Оригінальним науковим напрямком управлінського дослідження в монографії визначається розгляд в шостому розділі "Системне місце закономірностей управління в категоріальному апараті науки управління та практиці сучасного суспільства" сучасних аспектів теорії та практики застосування закономірностей управління. Автором з метою методологічного дослідження сутності та сучасного механізму прояву закономірностей зазначену проблему розглянуто комплексно, а саме, акцентовано увагу на наступних питаннях: дослідження сутності закономірностей управління; генезис дослідження закономірностей управління; систем-

не місце в категоріальному апараті науки управління; зв'язок з елементами пізнання інших суспільних наук; особливості прояву в соціально-економічних системах; визначення класифікаційних ознак та подання сучасної класифікації закономірностей управління; обґрунтування ролі закономірностей управління в теорії та практиці управління; механізм застосування закономірностей управління (с. 195).

Запропоноване в монографії сучасне трактування закономірностей управління соціально-економічною системою дає можливість виробляти певні принципи, стратегію поведінки для найбільш ефективної організації управління (с. 212).

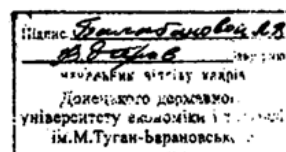
Логічним завершенням проведеного в монографії дослідження є розгляд у цьому розділі "Методологічні особливості сучасної науки управління" тенденцій, проблем та напрямів розвитку вітчизняної науки управління. Автор на основі розгляду філософських і економічних основ управління соціально-економічною системою доречно проаналізував місце науки управління в класі систем, що вивчають соціально-економічну систему. З урахуванням елементів наукового дослідження дослідником розглянуто особливості науки управління соціально-економічною системою (с. 244), тенденції сучасного управління (с. 248 – 249), тенденції у розвитку наукового знання про управління (с. 249 – 252) та основні тенденції в розвитку науки управління (с. 252 – 254).

Автор вважає, що запорукою успішного розгляду проблеми управління, з точки зору системного підходу, є поглиблення таких понять, як предмет науки управління, її структурний характер та місце в системі наукових знань про управління, що розглядаються в практично-історичному та теоретичному розвитку (с. 274).

За результатами проведеного дослідження автор доцільно визначив, що суттєвою ознакою науки управління є її системність, тобто така сукупність знань, яка зведена на підставі визначених теоретичних принципів. В основі науки управління лежать певні вихідні положення, закономірності, що дають можливість об'єднувати відповідні знання в єдину систему. Знання перетворюються в наукові, якщо цілеспрямоване збирання і опис фактів доводиться до рівня їхнього включення в систему понять, до складу теорії, що і відбулося з наукою управління (с. 302).

Враховуючи науково-методологічне значення роботи, її своєчасність та практичне значення для розвитку науки і практики управління монографія Маркіної І.А. "Методологія сучасного управління" за своєю актуальністю, змістом і складом відповідає вимогам до наукових праць та містить глибокий аналіз і обґрунтування підходів до проблем методологічного забезпечення вітчизняної науки управління.

Завідуюча кафедрою маркетингового менеджменту
Донецького державного університету економіки
і торгівлі ім. Туган-Барановського,
професор, д.е.н.



Л.В. Балабанова

РЕЦЕНЗІЯ

на монографію ЛЕПЕЙКО Т.І. "МЕТОДОЛОГІЯ УПРАВЛІННЯ
ІНВЕСТИЦІЙНИМИ РЕСУРСАМИ ФІНАНСОВОГО РИНКУ"

Ринкові перетворення української економіки відбуваються у формі складних, суперечливих і неоднозначних економічних та соціальних процесів. Використання існуючого закордонного досвіду без його адаптації до вітчизняних умов не дало позитивного результату. Трансформаційні процеси ринкових перетворень протікають особливо складно в такому сегменті фінансового ринку, як ринок цінних паперів. До теперішнього часу не повністю завершена побудова його інфраструктури. Відсутні ефективні інструменти. Тому можна відзначити, що дане монографічне дослідження виконане на актуальну тему.

Серед позитивних надбань автора слід відзначити комплексний підхід до викладення матеріалу, розгляд не тільки загальної системи фінансового менеджменту, а й усіх його сегментів. Монографія складається з п'яти розділів, у яких розглянуті різні аспекти та підсистеми фінансового менеджменту, особливості їх адаптації до невизначеного характеру ринку.

У першому розділі викладені положення, пов'язані з застосуванням системного підходу до розв'язання проблем фінансового менеджменту, розглянута система фінансового менеджменту підприємства та можливості застосування методології системного аналізу і технології ухвалення інвестиційного рішення.

У другому розділі наведені результати дослідження інвестиційних ресурсів фінансового ринку, подана їхня характеристика.

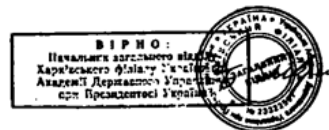
У третьому розділі досліджується інфраструктура ринку цінних паперів в Україні, викладені положення щодо розмежування різних видів ринків і визначені їхні взаємозв'язки, а також розкрито особливості біржового й організаційно оформленого позабіржового ринку.

Четвертий розділ присвячений аналізу стратегії інвестора на ринку цінних паперів. У ньому сформульовані загальні принципи й підходи до роботи з портфелем цінних паперів, визначені параметри його формування, запропонована модель портфеля з обмеженнями на частки активів.

У п'ятому розділі наведені методичні підходи до оцінки вартості акцій і прибутковості цінних паперів, адекватних сучасному стану українського фондового ринку.

У цілому монографічне дослідження виконане на достатньо високому науковому рівні і може бути оцінене позитивно, що дає підстави рекомендувати монографію Лепейко Т.І. для видавництва та використання у вищих навчальних закладах для студентів фінансових і економічних спеціальностей.

Докт. екон. наук, професор
кафедри економіки та фінансів
Української Академії державного управління
при Президентові України (Харківська філія)



О.Ю. Амосов

- Гринева В.Н.** — докт. экон. наук, профессор ХГЭУ
- Федорченко А.В.** — канд. экон. наук, ассистент Киевского национального экономического университета
- Перешибкин М.Н.** — аспирант Харьковского национального университета им. Каразина В.Н.
- Доценко Н.С.** — аспирант ХГЭУ
- Сасина Л.А.** — канд. экон. наук, доцент ХГЭУ
- Еременко В.В.** — инженер по маркетингу закрытого акционерного общества "Ново-Краматорский машиностроительный завод"
- Бровко Е.М.** — аспирант ХГЭУ
- Жуйкова К.В.** — аспирант Национального технического университета "КПИ"
- Котляров Л.Д.** — канд. экон. наук, профессор Украинской Академии государственного управления при Президенте Украины
- Никулина Е.В.** — канд. экон. наук Одесского районного института государственного управления УАДУ при Президенте Украины
- Полякова Я.А.** — бухгалтер ГП "Завод химических реактивов"
- Шевченко К.М.** — аспирант Одесского национального политехнического университета
- Поторелов С.Г.** — аспирант Киевского национального университета им. Т. Шевченка
- Пушкаръ А.И.** — докт. экон. наук, профессор ХГЭУ
- Евсеев А.С.** — преподаватель ХГЭУ
- Гордиенко Л.Ю.** — канд. экон. наук, доцент ХГЭУ
- Василенко А.Н.** — генеральный директор АОЗТ "Харьковский жировой комбинат"
- Албул А.А.** — преподаватель Одесского национального политехнического университета
- Румянцев Н.В.** — доцент Донецкого национального университета
- Абдель-Вахаб М. Раващдех** — аспирант Харьковской государственной академии технологии и организации питания
- Савченко Б.Г.** — канд. экон. наук, профессор Украинской Академии государственного управления при Президенте Украины
- Шкурко В.В.** — доцент Полтавского университета потребительской кооперации
- Истомина Т.А.** — аспирант ХГЭУ
- Абрамова И.Н.** — канд. экон. наук, доцент ХГЭУ
- Вовк В.А.** — аспирант ХГЭУ
- Галушко А.В.** — аспирант ХГЭУ
- Бибик Ю.В.** — аспирант ХГЭУ
- Канурная З.Ф.** — главный бухгалтер ЗАО "Ново-Краматорский машиностроительный завод"
- Боровой Ю.Н.** — соискатель ХГЭУ
- Федько В.В.** — канд. физ-мат. наук, доцент ХГЭУ
- Савон Р.Л.** — экономист ЗАО "Ново-Краматорский машиностроительный завод"
- Горяинов А.Н.** — соискатель Харьковского национального автомобильно-дорожного университета, ХНАДУ