

Економіка розвитку

**Харківський державний
економічний університет**

Науковий журнал

видається щоквартально

№ 1 (25)

Харків, ХДЕУ, 2003

Економіка розвитку

Засновник і видавець

**Харківський державний економічний
університет**

березень 2003 р. №1 (25)

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

Реєстраційний номер свідоцтва КВ №5947 від 19.03.2002 р.

Затверджено на засіданні вченої ради університету.

Протокол №6 від 3.03.2003 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.

Маляревський 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 СЕДОВА Л. М.

Відповідальний редактор СЕДОВА Л. М.

Редактори: ГУЗЕНКО О. М.

МАЛЕЦЬ І. В.

НОВИЦЬКА О. С.

Технічний редактор ВЯТКІНА О. С.

Комп'ютерна верстка ВЯТКІНА О. С.

Адреса видавця: 61001

Україна, Харків, пр. Леніна, 9а

Телефони: (0572)

702-03-04 — гол. редактор

702-18-28 — редакція

E-mail: vydav@ksue.edu.ua

- 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.

Підписано до друку 4.03.2003 р.

Формат 60×90 1/8. Папір ТАТРА.

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

Тираж 500 прим. Зам. №112.

Ціна договірна.

Надруковано з оригінал-макета на Riso-6300

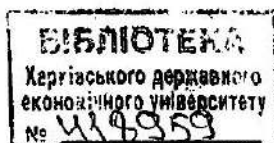
Видавництво ХДЕУ

© Харківський державний
економічний університет, 2003

© Економіка розвитку, 2003

© Видавництво ХДЕУ, 2003

дизайн, оформлення обкладинки



Зміст

Механізм регулювання економіки

Гриньова В. М., Гриньов А. В. Дослідження розвитку уявлень про інноваційні процеси	5
Лисенко М. Д. Комплексна оцінка Харківського регіону та галузей його промисловості як об'єктів інвестування	9
Жеманюк А. П. Взаимосвязь механизмов стратегии управления развитием человеческих ресурсов	14
Сасина Л. А. Общественное мнение о коррупции в Украине.....	16
Бубенко П. Т. Регіональне управління і науково-технічний прогрес.....	19
Панасюк Н. О. Механізми управління корпоративною культурою акціонерного товариства.....	22
Раевнева Е. В., Голияд Н. Ю. Методологические аспекты антикризисного управления регионом.....	25
Кузь О. М., Сахань О. М. Політико-психологічні чинники розвитку сучасного суспільства	27
Котляров Л. Д. Деякі аспекти управління економічним механізмом аграрного природокористування.....	31
Малишко О. В. Території пріоритетного розвитку: синтез показників інвестиційної привабливості	33
Мануйлов М. Б., Шевченко А. К. Теоретические и технологические аспекты управления качеством рекреационных зон водных объектов	37
Поспєлов О. М. Стратегічне планування матеріальних потоків підприємства на основі маркетингової логістики.....	41
Савченко В. И. Проблемные позиции осуществления бизнеса	44

Економіка підприємства та управління виробництвом

Назарова Г. В. Концепція організаційно-структурної розбудови підприємств корпоративного сектору	47
Проноза П. В., Кузнецов В. В. Різні підходи до визначення ринкової вартості підприємства	51
Коюда О. П. Стадії життєвого циклу підприємства	54
Кузькин Е. Ю. Управление инвестиционной деятельностью предприятия	58
Фартушняк О. В. Признание и оценка финансовых инструментов	60
Гонтарева І. В. Рушійна сила поточкових процесів у логістиці	62
Жуковин А. В. Организация маркетинга на малых предприятиях в Украине	64
Марченко А. В., Афанасьев А. А. Некоторые аспекты планирования и контроля продаж предприятия	66
Москаленко Н. А. Анализ и оценка процессов реструктуризации предприятий	68
Милевский С. В. Подходы к оценке конкурентоспособности предприятия	70
Тонева К. В. Сравнительная характеристика методов определения рекламного бюджета предприятия	72
Полтавская Е. А. Оценка конкурентных преимуществ предприятия	76
Сумин В. А. Устранение параллелизма в работе должностных лиц организационной структуры управления	78

Чисельні методи в економіці

Пушкарь А. И., Грабовский Е. Н. Моделирование развития электронного бизнеса на основе процессного подхода	83
Кобзев П. М. Параметрическая идентификация объектов стратегического управления на основе системной модели	89
Стрижиченко К. А. Методы технического анализа: достоинства и недостатки	94
Николаева И. С. Метод формирования подмножества недоминируемых рынков реализации продукции предприятия	97

*Когда наука достигает какой-либо вершины,
с нее открывается обширная перспектива
дальнейшего пути.*

С. И. Вавилов

Механізм регулювання економіки

УДК 001.895

**Гриньова В. М.,
Гриньов А. В.**

ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ УЯВЛЕНЬ ПРО ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ

У статті розглянуто поняття інновації та її впровадження, підходи видатних економістів до проблеми розвитку інноваційних процесів на підприємстві. Показано взаємозв'язок інновацій зі споживчим поведінням, встановлено їх джерела, принципи успішної реалізації, методи оцінки ефективності та основні фактори старіння. Розглянуто систему поширення нововведень з урахуванням позицій їх ринкової перспективності.

Одним із ключових понять сучасної теорії управління підприємством є інновація, яку вітчизняні вчені подають у вигляді інструментарію забезпечення впровадження досягнень науково-технічного прогресу на основі управлінського впливу на структуру підприємства. Однак за такого підходу до розгляду поняття інновації не враховуються теоретичні та концептуальні проблеми, пов'язані із забезпеченням інноваційного розвитку підприємства. Зростання рівня невизначеності в сучасних умовах розвитку економіки стимулювало інноваційний вибух у діяльності підприємств і призвело до обґрунтування інновації як найважливішого концептуального фундаменту. Розвиток інноваційних концепцій здійснювався на основі критичного аналізу вітчизняних розробок.

Істотний внесок у розвиток інноваційних процесів зробили Й. Шумпетер [1] і М. Д. Кондратьєв [2]. Перший розглядав нововведення як можливість прискореного подолання економічних спадів шляхом активізації радикальних технологічних нововведень. Мета інновації подана як підвищення віддачі на

вкладені ресурси, вона розглядалася радше як економічне і соціальне поняття, аніж технічне. Динамічна теорія розвитку Й. Шумпетера ґрунтується на постійних коливаннях кон'юнктури, які він розглядав як нові комбінації факторів виробництва. На його думку, інновація — це виробнича функція, що зумовлює кількісні зміни продукту з урахуванням змін в усій сукупності діючих на нього чинників, тобто така функція, що приходить на зміну старій. М. І. Туган-Барановський [3] розглядав циклічність економічного розвитку у зв'язку з обмеженістю позичкового капіталу та особливостями його інвестування в капітальні товари.

М. Д. Кондратьєв продовжив дослідження в галузі кризових явищ в економіці та запропонував теорію "великих циклів", яка припускає, що динаміка економічної структури суспільства чутливо реагує на базові нововведення (ключові винаходи), що сприяють реалізації вторинних соціально-економічних нововведень.

Комплексний підхід до інноваційних процесів був запропонований П. Друкером [4; 5] і К. Роджерсом [6], які пов'язували теорію і практику інновацій із соціальним прогресом. Під останнім мається на увазі зростання технологічних можливостей підприємства при обмежених ресурсах, що забезпечують його функціонування. Так, П. Друкер довів, що під час спаду галузей промисловості спостерігалася не стагнація, а економічне зростання завдяки підйому підприємницької активності, тобто ним був доведений взаємозв'язок між підприємництвом та інноваційною діяльністю.

Інновація становить комплекс взаємозалежних процесів, які є результатом реалізації нової ідеї, доведеної до практичного застосування. Важливе місце відводиться інновації, яка може бути або причиною, або наслідком соціальних нововведень. Поняття дифузії передбачає, що саме є результатом взаємодії потенційних реципієнтів інновації із запропонованими нововведеннями. Ця взаємодія досить значна порівняно із сумою позитивних рішень багатьох індивідів і є властивістю емерджентності. Дифузія визначається як процес поширення іннова-

ції каналами комунікацій до працівників підприємства. Причому ступінь успішності дифузії визначається позитивним сприйняттям інновації членами колективу.

Цей підхід ґрунтується на залученні професійних консультантів з питань інноваційного розвитку, у якості яких може виступати група втілення нововведень або висококваліфікований фахівець. Вони реалізують задачі впровадження нововведень на основі: діагностики проблеми, яка розробляється; оцінки системи мотивації працівників підприємства і їх здатності адаптуватися до змін; оцінки мотивації і ресурсів підприємства; добору таких цілей нововведення, що сприяють інноваційному розвитку підприємства; вибору відповідних консультантів, здатних оцінити ефективність нововведень у майбутньому; добору прийнятних типів поводження працівників підприємства [7].

Упровадження інновацій свідчить про те, що з підвищенням рівня централізації управління підприємством знижується інноваційна активність. Потенціал інновації пов'язаний з особистісними якостями працівників підприємства, які повинні бути впевнені в тому, що підприємство має необхідні можливості для впровадження інновації, достатній досвід успішної реалізації інновацій у минулому, а також у тому, що його структурні підрозділи беруть на себе відповідальність за результати інноваційної діяльності.

Існують також інші підходи до розгляду інновації у вигляді ідеї, практичного досвіду тощо. Вони передбачають зміщення акценту на інноваційні процеси, що відбуваються (включаючи винахід і впровадження інновації). У цьому відношенні певний інтерес становлять дослідження інструментальних і принципів інновацій. Принципові інновації є дорогими самі по собі, а інструментальні припускають створення умов для більш легкого впровадження принципів.

Стимулом до інновації може бути реакція особи, що ухвалює рішення, на незадовільність результату, що передбачається. При цьому варто враховувати можливості опору нововведенням і збільшення нових пропозицій щодо підвищення якості нововведень [8]. Класифікація функцій осіб, що ухвалюють рішення щодо інновацій, передбачає: володіння всією інформацією про наслідки ухвалення рішення; володіння інформацією про ймовірний розподіл наслідків вибору того чи іншого альтернативного варіанта; неможливість визначення ймовірності появи того чи іншого наслідку або рішення, труднощі у встановленні приблизної ймовірності. При цьому дані особи виходять з того, що інновація є процесом перетворення невизначеності в ризик. Дія факторів динамічного зовнішнього середовища, якому властивий ризик і невизначеність, може впли-

вати на процес дифузії інновації та її кінцеві результати. Це обумовлює необхідність удосконалення методів установлення результатів інноваційних процесів. Загальновідомо, що найвища міра ризику властива нововведенням, пов'язаним з новими галузями знань. Тому мета даної статті полягає в узагальненні існуючих підходів до визначення понятійного апарату в інноваційних процесах, що мають місце на підприємствах, для їх використання в стратегічному управлінні інноваційним розвитком.

Визначення інновації з урахуванням споживчого поводження можливе завдяки використанню підходу, що лежить в основі типології. Відповідно до нього інновації підрозділяються на такі, що: мають мінімальний вплив на поводження працівників підприємства; динамічно розвиваються та ґрунтуються на нових і традиційних формах поводження однаковою мірою; припускають швидке встановлення нових зразків поводження працівників.

Важлива роль у визначенні очікуваної відносної переваги інновації відводиться її споживчій цінності. Швидше за все впроваджуються інновації, що мають цілий ряд переваг, інформація про які доводиться до відома потенційних споживачів.

Нововведення характеризуються наявністю певних джерел, принципів успішної реалізації і методів оцінки ефективності. П. Друкер виділяє такі джерела інноваційних ідей (проранжовані у порядку спадання за критеріями надійності й передбачуваності): інновації, що є несподіваними, найменш ризикованими і вимагають найменших зусиль; невідповідність між наявною реальністю і уявленнями про неї; наявність в інноваційному процесі певних слабкостей і недоліків; несподівані нововведення в структурі галузі чи ринку; демографічні нововведення; нововведення у сприйняттях, настроях і ціннісних настановах; нові знання [5]. Запропонована класифікація джерел інновації, на думку її автора, повинна бути покладена в основу цілеспрямованої діяльності підприємств, незважаючи на те, що межі між перерахованими джерелами інноваційних ідей нечіткі й перетинаються.

Основними критеріями оцінки якості нововведення є: ефективність впровадження інновації, пов'язана зі всебічною експертною й управлінською підтримкою; соціальна цінність інновації, що полягає у створенні нових робочих місць і зростанні виробничих потужностей підприємства; економічна, споживча цінність; успіх на ринку — наявність певного сталого кола споживачів інновації, а не наукове його наповнення і не оригінальність рішення.

Ефективність інноваційного процесу забезпечується надійністю зв'язку його стадій, швидкістю переходу від попередньої до наступної стадії, що забезпечується шляхом створення проектних груп.

Велике значення мають вартість, віддача інвестицій і продуктивність інновацій, тому що необхідним є зростання результатів відносно витрат.

Нововведення в галузевій структурі також є джерелом інновацій, пов'язаних з потребою стати лідером або зберегти досягнутий суб'єктом успіх на будь-якому ринку. При цьому використовуються такі показники: швидке зростання галузі; інтеграція уявлень наявних лідерів про ринок; зближення технологій конкурентів.

У процесі прийняття рішень існує потенційна можливість опору нововведенням, обумовлена неусвідомленням індивідом потреби в інновації. При цьому індивіди погоджуються з інновацією у випадках, коли: ситуація релевантна їхньому досвіду; вони компетентні і мають владу для реалізації інновації.

З точки зору мотиваційних аспектів будь-яка зручна форма поведінки (звичка) і поведінки, що ефективно вирішує дану проблему одразу, виступають тим фактором, що чинить опір нововведенням. Прийнятність дії досягається на основі спостереження за поведінкою інших людей і пошуком їх схвалення. Природа інновації і ситуація можуть не давати індивіду змоги випробувати інновацію в буквальному значенні слова, внаслідок чого з'являється інновація, що заміняє попередню. Інноваційний досвід індивіда, що невпевнений у своїх здібностях, іманентно містить у собі заперечення нововведення.

Останньою стадією інноваційного процесу є вироблення рішення, у процесі якого індивід змушений вибирати одну з декількох привабливих можливостей. Джерелом опору нововведенню є бажання зберегти існуючий стан.

Головна мета управління при здійсненні нововведень полягає у встановленні і забезпеченні групової рівноваги і підтримці адаптації індивідів. При цьому необхідною умовою ефективного впровадження нововведень є збереження групової рівноваги, під якою мається на увазі така характеристика підприємства, що описує його спроможність відновлювати і підтримувати баланс інтересів індивідів. Існує три типи опору нововведенням: логічний (раціональний), психологічний (емоційний), соціальний (обумовлений впливом колективу на індивіда).

У процесі впровадження інновації з однаковим ступенем ймовірності вона може розглядатися або не розглядатися. У випадку, якщо інновація не розглядається, для меншості існують наступні варіанти: виявляється опір нововведенням, що впливає на ефективність і результативність її впровадження, постає необхідність перегляду напрямків інноваційного розвитку. При цьому перший випадок властивий авторитарному, а другий — колективному стилю ухвалення рішень.

З появою інновації підприємство одержує нову інформацію, нові знання. Опір надходженню нової інформації може бути викликаний статусними розходженнями потенційного інвестора і підприємства. Чим вищий статус інвестора, тим менша ймовірність передачі інформації. Крім того, повинна відчуватися економічна спроможність впровадження інновації.

Фактором опору інновації є технологія виробництва, яка застосовується на підприємстві. Перешкода криється й у поділі праці і пов'язаний з ним рольовій структурі підприємства. При цьому у зв'язку з необхідністю перерозподілу обмежених ресурсів виникає конкуренція між його структурними підрозділами.

Кількість нововведень постійно збільшується, сприяючи прискоренню впровадження науково-технічних досягнень, організаційних і економічних розробок, адекватно відбиваючи появу передового досвіду. У цьому випадку нововведення варто розглядати як фактор зростання й удосконалення продуктивних сил.

Інноваціям притаманне повторення (запозичення іншими) і тиражування нововведень. Однією з серйозних проблем у сучасних умовах є недосконалість механізму тиражування нововведень, який залежить від багатьох факторів: потреб виробництва; рівня конкуренції товаровиробників; рівня обміну; ефективності використання одержуваного прибутку; складності розв'язуваних задач, втілених у нововведеннях; можливості матеріальної бази підприємства, що запозичає нововведення; сприйнятливості до нововведень; антимонопольного стану виробників продукції.

Загальновідомо, що найбільший ефект від повторення нововведень може бути досягнутий за масового поширення передового досвіду, що є результатом практичного повторення й тиражування. Значимість поширення нововведень полягає в тому, що воно є дієвим засобом зменшення періоду часу від одиничного до масового їх використання, а також забезпечення виробництва інноваціями.

Крім масовості, величина максимального ефекту залежить від швидкості використання передового досвіду. У процесі поширення нововведень може з'являтися новий передовий досвід, що за результатами свого впливу на виробництво перевищує первісний. Це відображає творчий підхід фахівців до розв'язуваних проблем.

З огляду на створення більш прогресивних рішень нововведення може застарівати, і тому відбувається поновлення досвіду на більш високому рівні розвитку. Основними факторами старіння нововведень можуть бути: час, напрямки розвитку виробництва, освітній і кваліфікаційний рівень пер-

соналу, розвиток творчої активності учасників виробничого процесу, системи стимулювання праці та ін.

Повторне використання нововведення завжди зв'язано у часі, який від первинного до повторного використання характеризує його моральне старіння і зменшення вартості.

Основні причини необхідності поширення нововведень полягають у тому, що передовий досвід є важливим чинником підвищення продуктивності праці, економії трудових, матеріальних, фінансових ресурсів, а в кінцевому рахунку і основою інтенсифікації виробництва, забезпечення конкурентоспроможності і прибутковості продукції. Створення нововведень значно дорожче порівняно з запозиченням існуючого передового досвіду, тому що підприємствам доводиться розробляти документацію, створювати експериментальні і досвідні зразки.

Система поширення нововведень складається з організаційної структури процесу обміну і використання передового досвіду. Процес поширення нововведень на підприємстві включає його добір і оцінку, підготовку інформаційних матеріалів про передовий досвід, характер документації, що запитується, використання нововведень. Крім того, він відбувається в умовах недостатньо розробленої системи організації обміну і використання передового досвіду, загальних способів і технологій провадження інноваційної діяльності. Досвід роботи підприємств свідчить про відсутність підрозділів, відповідальних за поширення нововведень. Добір і використання передового досвіду здійснюють служби технічної інформації, ефективність виконання якими цих функцій незадовільна.

Діючу систему поширення нововведень слід вважати нерозвинутою. Основними причинами є нерозвиненість існуючого на підприємствах механізму їх поширення, невисока здатність підприємств до їхнього освоєння, нестикування системи поширення нововведень з існуючими в сучасних умовах формами господарювання. Це свідчить про відсутність механізму адаптації діючої системи поширення нововведень до навколишнього середовища.

Важливими причинами, що обумовлюють недоліки в поширенні нововведень, є дефіцит продукції на внутрішньому ринку і низький рівень її конкурентоспроможності на світовому ринку. Їх усунення вимагає доведення системи поширення нововведень до рівня світових стандартів.

Необхідність підвищення рівня організації використання передового досвіду вимагає розробки методичних підходів до вивчення, узагальнення і впровадження передового досвіду. Такі підходи повинні ґрунтуватися на закріпленні за кожним таким підрозділом відповідальності за швидке оволодіння і значне поширення нововведень на підприємстві.

Однією з основних причин уповільнених темпів поширення передового досвіду є недосконалість існуючої системи стимулювання новаторської діяльності, що неоднаковою мірою цікавить фахівців, які займаються розробкою і фахівців, що впроваджують нововведення на підприємстві. Це призводить до того, що розроблювачі прагнуть забезпечувати більш високу договірну ціну за рахунок економічного ефекту від використання нововведення, а виробничники не зацікавлені в активному впровадженні нововведень. Ще однією причиною слід вважати те, що підприємства впроваджують несуттєві нововведення, які не вимагають великих витрат і не розраховані на його перспективний розвиток.

Організація проведення НДДКР (науково-дослідних та досвідно-конструкторських розробок) може здійснюватися на основі якісно нового підходу з використанням принципу випереджального оволодіння нововведеннями, основними характеристиками якого є напруженість процесу оволодіння, рівень розробок, а не швидкість чи тривалість їхньої розробки й освоєння. Впровадження розробок у галузі техніки, технології припускає ухвалення адекватних організаційних рішень, що не завжди мають практичне втілення через відсутність техніко-технологічного забезпечення. Це робить нововведення несприйнятливими для працівників підприємств і ускладнює вирішення проблеми обміну досвідом.

У зв'язку з цим доцільна розробка нової кадрової стратегії, що включає, на думку авторів статті, такі складові: переорієнтацію кадрової політики підприємства із залученням висококваліфікованих працівників з інших підприємств або ринку праці на формування персоналу за рахунок підвищення кваліфікації власних працівників; установа пріоритету високооплачуваних кваліфікованих працівників широкого профілю замість масового використання низькооплачуваних працівників вузької спеціалізації; розробку навчальних програм з нових технологій з метою підготовки фахівців нових сучасних професій; використання системи безперервного навчання; підвищення кваліфікації кадрів усередині підприємства; підхід до навчання як до складової сучасного виробничого процесу. Засобом стратегічного управління на підприємствах, орієнтованих на інноваційний розвиток, є процес навчання менеджерів як частина програм організаційного розвитку. Успішність інноваційної стратегії визначається цілями і конкретними діями у сфері підготовки управлінських кадрів.

Основним в управлінні інноваціями є розгляд їх з позицій ринкової перспективності. Стосовно нововведень (їхньої технології, організації виробництва й управлінських процесів) управління інноваціями вирішує проблеми і практичні задачі щодо створення нової продукції для нового ринку, а також

забезпечує можливість значного поповнення ринку існуючої продукції за допомогою більш продуктивних технологій.

Висновки з дослідження, висвітленого в даній статті, передбачається спрямувати на обґрунтування концептуальних засад стратегії інноваційного розвитку підприємств.

Література: 1. Шумпетер Й. Теория экономического развития: Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры. — М.: Прогресс, 1982. — 456 с. 2. Кондратьев Н. Д. Проблемы экономической динамики. — М.: Экономика, 1989. — 528 с. 3. Туган-Барановский М. И. Политическая экономия. Курс популярный. — К.: Наукова думка, 1994. — 264 с. 4. Друкер П. Управление, нацеленное на результат. — М.: Технологическая школа бизнеса, 1992. — 392 с. 5. Друкер П. Як забезпечити успіх у бізнесі: новаторство і підприємництво: Пер. з англ. — К.: Україна, 1994. — 320 с. 6. Роджерс К., Агарвала-Роджерс Р. Коммуникации в организациях / Пер. с англ. — М.: Экономика, 1980. — 268 с. 7. Иванов М. М., Колупаева С. Р., Кочетков Г. Б. США: управление наукой и нововведениями. — М.: Наука, 1990. — 216 с. 8. Верер Л. Л. Экономика научных исследований. — М.: Наука, 1981. — 200 с.

Стаття надійшла до редакції
19.12.2002 р.

УДК 658.14/17

Лисенко М. Д.

КОМПЛЕКСНА ОЦІНКА ХАРКІВСЬКОГО РЕГІОНУ ТА ГАЛУЗЕЙ ЙОГО ПРОМИСЛОВОСТІ ЯК ОБ'ЄКТІВ ІНВЕСТУВАННЯ

У статті розглянуті пропозиції щодо застосування факторного аналізу для оцінки інвестиційної привабливості економічних об'єктів. Запропоновані методичні рекомендації, які відрізняються узгодженістю на всіх таксономічних рівнях і враховують зв'язки у стані об'єктів з позиції визначення напрямку їх подальшого розвитку.

Становлення ринкових процесів в Україні потребує нових підходів до управління розвитком регіонів. Однією з проблем стратегічного розвитку регіону є проблема залучення інвестицій, яка нерозривно пов'язана з оцінкою його інвестиційної прива-

ливості. Не можна сказати, що ця проблема є зовсім новою для науковців. Уже той факт, що значна кількість наукових публікацій присвячена цій тематиці, свідчить, з одного боку, про її актуальність, а з іншого — про недостатню вирішеність. Останнім часом збільшилася кількість вітчизняних і зарубіжних робіт, які висвітлюють різноманітні підходи до розроблення методики інтегральної оцінки функціонування економічних систем. Автор вважає, що на особливу увагу заслуговують праці таких дослідників, як Бланк І., Богатов О., Долішний М., Побурко Я., Савін В., Шеремет А., Ястремська О. Але в методиках, які пропонують ці автори (наприклад [1]), недостатньо вирішена задача вертикальної інтеграції оцінки, а саме — відсутній зв'язок між рівнями "регіон — галузь — підприємство".

Метою даної статті є висвітлення методичних основ і результатів комплексної оцінки інвестиційної привабливості регіонів України та галузей їх промисловості.

Методика комплексного підходу до оцінки інвестиційної привабливості суб'єкта господарювання [2] містить три етапи для кожного рівня, що досліджується. На першому етапі оцінки на основі матриці "Продуктивність праці — обсяг виробництва" виявляються чотири кластери регіонів (галузей, підприємств), які мають значення відносної продуктивності праці та темпів зростання обсягів виробництва вищі або нижчі від значень цих показників по Україні (регіону, промисловості), і згідно з цими кластерами їх характеристики як об'єктів інвестування. На другому етапі за допомогою багатовимірного факторного аналізу визначаються особливості формування інвестиційного клімату в кластерах регіонів (галузей, підприємств). І на третьому етапі спостерігається динаміка визначених на другому етапі факторів — складових інвестиційної привабливості регіонів (галузей, підприємств), яка відображується інтегральним показником.

Здійснений автором аналіз угруповання регіонів України за кластерами на основі матриці "Продуктивність праці — обсяг виробництва" для 1998 – 2000 рр. дозволяє зробити наступні висновки. З огляду на розвиток промисловості найбільш конкурентоспроможними є вісім регіонів, які розташовані у перших двох кластерах матриці: Донецька, Дніпропетровська, Запорізька, Київська, Миколаївська, Полтавська, Одеська та Харківська області. Саме вони і є найбільш привабливими для реалізації інвестиційних проектів. Результати факторного аналізу, здійсненого на другому етапі оцінки інвестиційної привабливості регіонів України, свідчать про те, що розвиток інвестиційної привабливості 24-х регіонів України у 1996 – 2000 рр. визначався двома факторами: промислово-виробничим та

інвестиційно-науковим. Кількісні характеристики цих факторів по регіонах дозволили визначити, що за значеннями промислово-виробничої та інвестиційно-наукової складових інвестиційної привабливості регіонів виділяються Дніпропетровський, Донецький, Запорізький, Київський та Харківський регіони. Саме вони мають найвищі значення промислово-виробничого та інвестиційно-наукового факторів та є однорідними за процесами розвитку інвестиційної привабливості протягом періоду, що аналізувався. Інтегрований показник, що розраховувався на третьому етапі, продемонстрував, що впродовж 1996 – 2000 рр. стимулюючі функції обох факторів знижувались. Особливо слід відзначити, що таке становище характерне практично для всіх регіонів-лідерів. Навіть Київський регіон, який є безумовним лідером як у своєму кластері, так і серед регіонів взагалі, отримав у 2000 р. негативну інтегральну оцінку, хоча вона мала незначний вплив на середнє значення.

Проведемо оцінювання інвестиційної привабливості галузей одного з регіонів-лідерів, а саме — Харківської області.

Для реалізації першого етапу методики щодо галузевого рівня побудуємо матрицю "Продуктивність праці — обсяг виробництва".

Результати розподілу на кластери зведено у табл. 1.

Таблиця 1

Розподіл на кластери галузей промисловості Харківського регіону

1999 р.		2000 р.	
I кластер	II кластер	I кластер	II кластер
Кольорова металургія. Електроенергетика. Деревообробна та целюлозно-паперова промисловість. Харчова промисловість.	Паливна промисловість.	Кольорова металургія. Деревообробна та целюлозно-паперова промисловість. Харчова промисловість.	Паливна промисловість. Електроенергетика.
III кластер	IV кластер	III кластер	IV кластер
Чорна металургія. Промисловість будівельних матеріалів. Хімічна та нафтохімічна промисловість. Легка промисловість.	Машинобудування та металообробка.	Чорна металургія.	Машинобудування та металообробка. Промисловість будівельних матеріалів. Хімічна та нафтохімічна промисловість. Легка промисловість.

Дані табл. 1 відбивають той факт, що до галузей-лідерів можна віднести харчову, деревообробну та целюлозно-паперову галузі промисловості та кольорову металургію. Вони впродовж двох років перебувають у першому кластері, тобто продуктивність праці та приріст виробництва в них мають значення, вищі, ніж середні по промисловості Харківського регіону.

Електроенергетика, зберігаючи рівень продуктивності праці, втрачає темпи зростання обсягів виробництва та переміщується до другого кластера. У цьому ж кластері стаціонарно перебуває паливна промисловість. Слід відзначити, що ця галузь має надзвичайно високий рівень продуктивності праці — він приблизно в сім разів перевищує середньпромислове значення.

Постійним елементом третього кластера є лише чорна металургія. Ця галузь підтримує темпи зростання обсягів виробництва на рівні, який у 1,50 – 1,67 рази перевищує середній, і має тенденцію до зростання значень показників відносної продуктивності праці з 0,50 до 0,91 відповідно для 1999 та 2000 рр. Тобто за умови збереження позитивної динаміки, яка має місце протягом періоду, що аналізується, чорна металургія у перспективі може переміститися до першого кластера — кластера галузей-лідерів.

До галузей-аутсайдерів слід віднести наступні: хімічну та нафтохімічну, машинобудування та металообробки, промисловість будівельних матеріалів, легку промисловість. У найгіршому становищі знаходяться машинобудівна та металообробна галузі. Вона "надійно" зайняла позицію у четвертому кластері. Погіршили свій стан хімічна та нафтохімічна галузі промисловості, промисловість будівельних матеріалів та легка промисловість. Ці галузі у 1999 р. при низькому рівні продуктивності праці мали значення темпів зростання обсягів виробництва, близькі до середнього показника за промисловістю регіону, але у 2000 р. не змогли утримати навіть цей рубіжний рівень, що і призвело до їх переміщення до четвертого кластера. Взагалі, цим галузям промисловості Харківського регіону притаманна негативна динаміка показників, що досліджуються на першому етапі оцінки інвестиційної привабливості галузей промисловості регіону. Так, темпи зростання обсягу виробництва у 1999 – 2000 рр. мали такі значення: для хімічної та нафтохімічної промисловості — 1,00 – 0,87; машинобудування та металообробки — 0,99 – 0,87; промисловості будівельних матеріалів — 1,00 – 0,84 та легкої промисловості — 1,00 – 0,81. Значення відносної продуктивності праці за доданою вартістю становили відповідно 0,48 – 0,39; 0,56 – 0,49; 0,81 – 0,73; 0,25 – 0,26.

Окремо слід пояснити "стрибок" хімічної та нафтохімічної промисловості з галузей-аутсайдерів

до галузей-лідерів. На думку автора, справа в тому, що до 2000 р. включно статистичні показники щодо цієї галузі були наведені без урахування хіміко-фармацевтичної промисловості. А, як показують дані публічної звітності у Харківському регіоні, саме фармацевтика набуває значних темпів розвитку.

Результати першого етапу оцінки інвестиційної привабливості галузей регіону дозволяють зробити такі узагальнення:

до галузей-лідерів, основним завданням яких щодо подальшого розвитку є залучення приватного капіталу, слід віднести кольорову металургію, харчову, деревообробну та целюлозно-паперову галузі промисловості. Більш детального аналізу потребує хімічна та нафтохімічна промисловість з огляду на її структуру;

до галузей, які є конкурентоспроможними, але мають проблеми з нарощуванням обсягів виробництва, слід віднести паливну промисловість та електроенергетику. Ці галузі потребують особливої уваги з боку держави. Саме недостатність державного інвестування призвела до переміщення електроенергетики з першого кластера до другого. Світовий досвід доводить, що розвиток цього сектору економіки, перш за все, базується на технологічному оновленні, чого і бракує сучасній електроенергетиці нашої країни;

галузю, яка має достатні ресурси для подальшого зростання та за умов сприятливої державної фінансово-кредитної політики може посилити позитивну динаміку, слід вважати чорну металургію;

до галузей, які втрачають ринкові позиції та майбутнє яких пов'язано зі структурно-реорганізаційними та інноваційними процесами, слід віднести машинобудування, легку промисловість, промисловість будівельних матеріалів.

Отже, охарактеризувавши динаміку розвитку галузей відносно середньогалузевих тенденцій, перейдемо до другого етапу оцінки інвестиційної привабливості галузей промисловості Харківського регіону. А саме виявимо, які спільні тенденції мають галузі, що досліджуються, з огляду на їх привабливість як об'єктів інвестування (паливну промисловість виключено з другого етапу у зв'язку з браком статистичних даних: у 1999 р. відсутня фінансова звітність підприємств цієї галузі).

Аналіз даних факторного моделювання демонструє, що обрані для дослідження показники утворюють два фактори — дві основні складові, які впливають на динаміку інвестиційної привабливості галузей промисловості Харківського регіону: складову активності галузевих бізнес-процесів (маються на увазі тактичні, короткострокові аспекти розвитку галузі) та складову ефективності інвестицій (стратегічні, довгострокові аспекти розвитку галузі). Слід

зазначити, що обидва фактори мають позитивний вплив на динаміку інвестиційної привабливості галузей Харківського регіону.

Зрозуміло, що зазначені вище складові у різних галузях мають різну інтенсивність. Цю характеристику відображують значення факторів за галузями (табл. 2).

Таблиця 2

Динаміка значень факторів за галузями

Галузь промисловості	Значення факторів за роками			
	1999 рік		2000 рік	
	фактор		фактор	
	1	2	1	2
Електроенергетика	-1,01	-2,27	0,66	2,08
Чорна металургія	-1,10	-1,15	-0,33	-0,82
Кольорова металургія	7,49	3,18	6,48	2,57
Хімічна та нафтохімічна	-2,32	-2,74	-1,23	-1,29
Машинобудування та металообробка	-1,51	0,17	-2,06	-0,48
Деревообробна та целюлозно-паперова	-0,13	0,69	-0,30	-0,07
Промисловість будівельних матеріалів	-0,82	-1,17	-1,54	-1,80
Легка промисловість	-2,73	-1,51	-3,91	-3,86
Харчова промисловість	2,15	4,79	2,22	3,68

З табл. 2 видно, що за значеннями факторів галузі мають досить великі розбіжності. Найбільша потужність з огляду на виявлені фактори притаманна кольоровій металургії. Сильнішими від стратегічних протягом періодів, що аналізуються, для цієї галузі є тактичні аспекти фінансування виробництва. Їх превалювання можна пояснити тим, що високий експортний потенціал галузі приваблює інвесторів, які зацікавлені у миттєвому отриманні значних доходів. Це негативне співвідношення, притаманне розвитку кольорової металургії Харківського регіону, підтримується й у 2000 р. Хоча значення факторів і зменшуються, але тенденція зберігається: фактори в 1999 р. мають значення 7,49 – 3,18, а в 2000 р. — 6,48 – 2,57.

Відрізняється від інших галузей за значеннями факторів, що аналізуються, і харчова промисловість: значення першого фактора становлять 2,15 та 2,22. Це загалом об'єктивна тенденція, адже високий обіг коштів, соціальна значущість галузі, значна вітчизняна сировинна база, безумовно, приваблюють інвесторів. Найбільша частка іноземних інвестицій в економіку Харківського регіону припадає на харчову промисловість — 25,9% (1999 р.) та 35,3% (2000 р.). Не дивно, що для цієї галузі пріоритетною у розвитку є, насамперед, правильно обрана стратегія, адже тактичні фінансові засоби її реалізації спрацьовують автоматично (значення другого фактора є

значно вищим від значень першого: 4,79 та 3,68 відповідно у 1999 р. та 2000 р.).

Значення першого фактора для деревообробної та целюлозно-паперової галузі відображають значно слабшу ділову активність (з тенденцією до піогршення), що спостерігається в кольоровій металургії та харчовій промисловості. Також втрачає свої позиції і друга складова інвестиційної привабливості цієї галузі.

Стрибоподібну динаміку значень факторів має електроенергетика. Збільшують інвестиційну привабливість галузі зміни в обох складових. Значення факторів, на відміну від 1999 р., у 2000 р. набувають позитивних величин: (-1,01) - 0,66 і (-2,27) - 2,08 відповідно за факторами та за роками. Такий стан галузі можна пояснити наступним чином. Більшість підприємств цієї галузі належить до державної (комунальної) власності: станом на початок 2001 р. з дванадцяти існуючих підприємств електроенергетики Харківського регіону два знаходились у державній власності, два — у комунальній і чотири відносились до акціонерних товариств, одне з яких було приватизованим. Неможливість підвищення державою тарифів, з одного боку, високі ціни на первинну сировину та неглатоспроможність споживачів продукції галузі, з іншого боку, призводять до коливань ефективності функціонування галузі (хоча й обсяги виробництва стабільно перевищують середні значення по промисловості). Тому сукупність цих обмежень у поєднанні з нестійкою інституційною структурою держави є тягарем, що негативно впливає на процес залучення інвестицій до галузі. Однак, як свідчать дані, у 2000 р. має місце позитивна тенденція. І вона, перш за все, пов'язана зі змінами у ефективності операційної діяльності, яка базується на покращенні стану у сфері активізації бізнес-процесів галузі. Ця галузь користується реальним внутрішнім і зовнішнім попитом, але поки що похвалення динаміки має екстенсивну основу: підтримка достатнього рівня обігових коштів забезпечується регіональними кредитами та урядовими дотаціями.

Практично всі інші галузі мають негативні значення обох факторів. Більшість з них (окрім чорної металургії) відносяться до четвертого кластера матриці, яку було побудовано на першому етапі оцінки. Ця галузі, у яких значення показників, що лягли в основу розподілу на кластери, значно нижчі від середніх по промисловості. Тобто для машинобудування та металообробки (хоча значення другого фактора у 1999 р. було позитивним), легкої, хімічної та нафтохімічної галузей і промисловості будівельних матеріалів характерна слабкість основних тенденцій, які свідчать про їх інвестиційну привабливість.

Чорна металургія не є типовою для Харківського регіону. З одного боку, вона, в основному, функціонує як допоміжна, сировинна для машинобудівної та металообробної галузі, а з іншого — має велику експортну потужність. Тому корективи у напрямках розвитку чорної металургії є надзвичайно сприйнятливими як до мультиплікативного ефекту змін у машинобудуванні та металообробці, так і до зовнішнього попиту. Це значною мірою пояснює значення наведених у табл. 2 факторів для цієї галузі.

Отримання характеристик основних складових інвестиційної привабливості галузей регіону дозволяє здійснити її остаточну оцінку (третій етап — оцінки) через визначення інтегрованого показника, який відбиває динаміку цих складових. Послідовність розрахунку показника наведено нижче.

Інтегральний показник (ІПг) інвестиційної привабливості галузі розраховується за наступною формулою:

$$ІПг = ПД_{сд} - НД_{сд}. \quad (1)$$

де $ПД_{сд}$ — показник позитивної динаміки (факторів-стимуляторів і факторів-дестимуляторів);

$НД_{сд}$ — показник негативної динаміки факторів-стимуляторів і факторів-дестимуляторів.

Показник позитивної динаміки факторів-стимуляторів і факторів-дестимуляторів визначають таким чином:

$$ПД_{сд} = \sqrt{\sum_{j=1}^m (X_{jt}^c - X_{j(t-1)}^c)^2}, \text{ якщо } \begin{cases} X_{jt}^c > X_{j(t-1)}^c \\ X_{jt}^d < X_{j(t-1)}^d \end{cases} \quad (2)$$

де j — номер фактора ($j=1...m$);

X_{jt}^c та $X_{j(t-1)}^c$ — j -й фактор-стимулятор за періоди t і $t-1$ відповідно;

X_{jt}^d та $X_{j(t-1)}^d$ — j -й фактор-дестимулятор за періоди t і $t-1$ відповідно;

Показник негативної динаміки факторів-стимуляторів і факторів-дестимуляторів визначають за формулою:

$$НД_{сд} = \sqrt{\sum_{j=1}^m (X_{jt}^c - X_{j(t-1)}^c)^2}, \text{ якщо } \begin{cases} X_{jt}^c < X_{j(t-1)}^c \\ X_{jt}^d > X_{j(t-1)}^d \end{cases} \quad (3)$$

Результати розрахунку інтегрованого показника інвестиційної привабливості галузі (ІПг) наведено у табл. 3.

Розглянемо отримані значення з урахуванням розподілу галузей за кластерами у відповідності до значень темпів зростання обсягів виробництва та відносної продуктивності праці.

Таблиця 3

Значення інтегрованого показника інвестиційної привабливості галузі

№ кластера	Галузь промисловості	Значення ІІГ (2000 р.)	Місце за рейтингом	
			серед усіх галузей	усереднені кластера
1	Кольорова металургія	-1,18	8	3
1	Деревообробна та целюлозно-паперова	-0,78	4	1
1	Харчова промисловість	-1,04	7	2
2	Електроенергетика	4,68	1	—
3	Чорна металургія	0,84	3	—
4	Промисловість будівельних матеріалів	-0,95	6	3
4	Хімічна та нафтохімічна	1,81	2	1
4	Легка промисловість	-2,53	9	4
4	Машинобудування та металообробка	-0,85	5	2

Дані табл. 3 демонструють, що усі галузі першого кластера мають від'ємні значення показника інвестиційної привабливості.

Причиною переважання негативної динаміки ефективності фінансово-операційної діяльності над зростанням активності бізнес-процесів харчової галузі (ІІГ = -1,04) є зникнення на 2% прибутковості та зменшення на 5,8% питомої ваги іноземних інвестицій до галузі у їх загальному обсязі в економіку регіону.

Щодо деревообробної та целюлозно-паперової промисловості, то тут спостерігається зникнення ефективності операційної діяльності у сім разів: з 7% у 1999 р. до 1% у 2000 р. при відповідному підвищенні питомої ваги іноземних інвестицій з 0,3% до 1,5%, а покращення складових першого фактора є нижчим від середнього значення за галузями, що й пояснює негативну динаміку значення першої складової загалом. Інтегрований показник інвестиційної привабливості становить -0,78 (табл. 3).

Постійне значення питомої ваги іноземних інвестицій до кольорової металургії (1%) у їх загальному обсязі в економіку регіону супроводжується зникненням рентабельності (з 18% у 1999 р. до 10% у 2000 р.) та прибутковості (з 15% у 1999 р. до 9% у 2000 р.) основного виробництва. Зменшення значення першої складової інвестиційної привабливості цієї галузі пов'язано зі зміною показника співвідношення середньої зарплатної плати у галузі з мінімальною в Україні з 6,25 у 1999 р. до 4,05 у 2000 р. Інтегрований показник інвестиційної привабливості становить -1,18 (табл. 3).

Отже, врахування результатів трьох етапів оцінки інвестиційної привабливості галузей Харківського

регіону, які увійшли до першого кластера матриці "Продуктивність праці — обсяг виробництва", дає можливість зробити висновок про те, що негативне значення інтегрованого показника відображає цілком об'єктивні процеси, які відбуваються у цих галузях. З одного боку, освоєння інвестицій призводить до тимчасового зниження ефективності, а з іншого — високий рівень конкурентного середовища цих галузей потребує пошуку нових ринків збуту.

Найкращу оцінку інвестиційної привабливості (ІІГ = 4,68) має електроенергетика. Таку високу позитивну динаміку ця галузь отримала за рахунок значного підвищення ефективності операційної діяльності (прибутковості та рентабельності становили -10%, -12% та 12%, 16% відповідно за роками) та більш високих порівняно з середніми показниками у галузях (незважаючи на те, що абсолютна динаміка показників співвідношення середньої зарплатної плати у галузі з мінімальною в Україні та обсягу реалізації на одиницю основних фондів негативна) значень структурних елементів складової ділової активності.

Стосовно чорної металургії слід відзначити, що поряд з нарощуванням темпів та обсягів виробництва галузь має негативні значення стратегічної та тактичної складових інвестиційної привабливості (основною проблемою цієї галузі є рентабельність операційної діяльності — тільки приватний сектор має позитивні значення), але з тенденцією до покращення — показник ІІГ становить 0,84. Тобто результати всіх трьох етапів оцінки інвестиційної привабливості чорної металургії висвітлюють необхідність посилення приватизаційних процесів та державного регулювання неприватизованого сектору цієї галузі промисловості Харківського регіону.

Як видно з даних табл. 3, хімічна та нафтохімічна промисловість має одне з найкращих значень показника інвестиційної привабливості (ІІГ = 1,81) серед усіх галузей. Але окремо взяті ці значення свідчать лише про позитивну динаміку взагалі. Тобто протягом 1999 – 2000 рр. у цій галузі мало місце переважання позитивних тенденцій над негативними. Тому, щоб отримати реальну оцінку інвестиційної привабливості галузі, необхідно розглядати цей показник у окупності зі значеннями факторів та з її розташуванням у матриці "Продуктивність праці — обсяг виробництва". З огляду на ці аспекти оцінок можна зробити такий попередній висновок враховуючи, що темпи зростання обсягів виробництва та продуктивності праці все ще є значно нижчими від середніх по промисловості, тактична та стратегічна складові інвестиційної привабливості хімічної та нафтохімічної промисловості апроксимують обидві мають від'ємні значення з тенденцією до покращення, можна оцінити галузь як таку, що має

низьку інвестиційну привабливість, а перспективи її подальшого розвитку пов'язані, насамперед, зі структурною та організаційною переорієнтацією виробничої діяльності.

Такі ж характеристики, навіть з переважанням негативних тенденцій над позитивними, мають також інші галузі, які належать до четвертого кластера матриці "Продуктивність праці — обсяг виробництва", а саме: машинобудування та металообробка (ІПг = -0,85), промисловість будівельних матеріалів (ІПг = -0,95) та легка промисловість (ІПг = -2,63).

Таким чином, запропоновані методичні засади оцінки інвестиційної привабливості економічних об'єктів, які розглянуті в статті на рівні регіонів і галузей, мають наукову новизну, дозволяють узгодити інвестиційну політику суб'єкта господарювання на всіх таксономічних рівнях. Напрямок подальших досліджень є застосування запропонованої методики на рівні підприємства.

Література: 1. Ястремська О. М., Медведєва І. Б. Факторний аналіз у дослідженні мезорітинських інвестиційних процесів // Економіка розвитку. — 2002. — №2. — С. 4 – 8. 2. Лысенко Н. Д. Комплексный подход к оценке инвестиционной привлекательности субъекта хозяйствования // Проблемы науки. — 2002. — №6. — С. 21 – 27.

Стаття надійшла до редакції
7.03.2003 р.

УДК 331.101.3

Жеманюк А. П.

ВЗАИМОСВЯЗЬ МЕХАНИЗМОВ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ РЕСУРСОВ

Предложен комплекс механизмов управления человеческими ресурсами предприятия, позволяющий с системных позиций решать проблему их развития. Комплекс включает в себя механизмы: диагностики, планирования человеческих ресурсов и их регулирования, а также стратегического развития. Изложено краткое содержание данных механизмов.

Переход Украины к рыночной экономике вызывает необходимость переориентации ее на новую

философию хозяйствования, базирующуюся на принципах маркетинга, конкуренции и предпринимательства, гибкой и эффективной системы управления. Вместе с тем успех такого реформирования экономики невозможен без эффективного управления персоналом на всех уровнях и во всех звеньях хозяйствования, начиная от государства, региона, отрасли и кончая отдельным структурным образованием — предприятием. Однако управление персоналом в нашей стране испытывает сильное влияние стереотипов прошлого и издержек специфического развития рыночной экономики. Многие управленцы воспринимают персонал упрощенно, только как фактор производства, причем не ведущий, а наличие обширного рынка труда вызывает иллюзию его легкозаменяемости. В этой связи менеджеры видят успех функционирования предприятия в совершенствовании финансового менеджмента, усилении инвестиционной активности и привлекательности, забывая о том, что все это возможно только за счет целенаправленной, квалифицированной и заинтересованной деятельности их работников.

Человеческие ресурсы в рыночной экономике приобретают значение стратегического фактора успеха предприятия. Именно поэтому разработке и развитию методологического инструментария управления исследователи уделяют большое внимание. Этими проблемами занимаются такие авторы, как Базаров Т. Ю., Малиновский П. В., Самыгин С. И., Зайцев Г. Г., Пушкарь А. И., Иванцевич Дж. М., Лобанов А. А., Доронина М. С., Оганесян И. А., Столяренко Л. Д., Уткин Э. А., Спивак В. А. и многие другие. Однако ряд вопросов, касающихся разработки комплекса механизмов стратегического управления человеческими ресурсами предприятия, раскрыт не полностью и нуждается в дальнейших исследованиях.

На взгляд автора, стратегия управления развитием человеческих ресурсов (СУРЧР) должна сводиться не к обеспечению вспомогательной функции в производственном процессе, а к активному влиянию на развитие предприятия в будущем. В силу этого актуальной является разработка механизма формирования стратегии управления развитием человеческих ресурсов, позволяющего эффективно реализовывать общую стратегию развития предприятия и являющегося частью проблемы демографической политики и развития людского потенциала.

Под механизмом управления понимают наиболее активную часть системы управления, обеспечивающую воздействие на факторы — внутренние или внешние, от состояния которых зависит результат деятельности управляемого объекта. В условиях

централизованно-плановой системы структура механизма управления состояла из трех элементов: планирования, хозяйственного стимулирования и организационного управления. При таком подходе из его состава исключалась наиболее активная часть — мотивы деятельности людей. Подобный механизм был призван подчинить интересы людей решениям, принятым наверху. В рыночной экономике механизмы управления любыми процессами являются эффективными только в том случае, когда они усиливают мотивацию деятельности людей, а ориентация мотивов на цели деятельности предприятия достигается на основе согласования выдвигаемых целей с интересами людей и социальных групп.

Предлагаемый механизм формирования стратегии управления развитием человеческих ресурсов состоит из следующих локальных механизмов (рис. 1):

- механизма диагностики человеческих ресурсов;
- механизма планирования и регулирования человеческих ресурсов;
- механизма стратегического развития человеческих ресурсов.



Рис. 1. Концептуальная схема взаимосвязи локальных механизмов

Рассмотрим содержание каждого из них.

Механизм диагностики человеческих ресурсов. Целью данного механизма является оценка и анализ человеческих ресурсов (ЧР) предприятия с системных позиций по трем основным направлениям:

макроэкономическая диагностика — оценка и анализ регионального и отраслевого рынков труда;

мезоэкономическая диагностика — оценка рыночной привлекательности предприятия;

микроэкономическая диагностика — оценка и анализ наличия и состояния ЧР на предприятии.

Макроэкономическая диагностика заключается в анализе сложившейся ситуации в регионе и отрасли, к которой относится исследуемое предприятие. Актуальность подобных исследований основывается на необходимости, с одной стороны, реальной оценки трудового потенциала региона для определения возможности обновления или пополнения персонала предприятия квалифицированными работниками, с другой стороны, определения наиболее эффективных мотивационных процедур, которые могут быть реализованы на предприятии. Для этого требуется провести оценку и анализ привлекательности регионов Украины с точки зрения наличия в них трудового потенциала, который рассматривается как источник приобретения предприятием необходимых в данный момент времени квалифицированных работников разных категорий; разработать модель зависимости средней заработной платы от индекса продуктивности труда, индекса промышленного производства и уровня специализации региона с целью определения принципа формирования заработной платы работников данной отрасли (затратного либо мотивационного).

Мезоэкономическая диагностика характеризуется оценкой привлекательности предприятия на рынке труда. Под рыночной привлекательностью предприятия в данном исследовании понимается его конкурентоспособность на рынке труда, то есть совокупность предоставляемых работникам условий, которые положительно отличают анализируемое предприятие от аналогичных предприятий, а также способность предприятия быть выбранным в качестве места работы. Данный анализ позволит сделать вывод о том, насколько прочно положение предприятия на региональном рынке и, следовательно, как оно будет влиять на формирование стратегии его поведения на данном рынке по привлечению ЧР.

Микроэкономическое диагностирование предлагается проводить дифференцированно в зависимости от различных категорий человеческих ресурсов предприятия. Оно состоит из: разработки методики оценивания профессионально-квалификационных характеристик работников предприятия; формирования эталонного набора данных характеристик по различным категориям работников; оцен-

ки и анализа сложившегося уровня профессионально-квалификационных характеристик работников.

Инструментарием данных исследований выступают методы экспертного анализа и методы обработки ранговых оценок. С помощью диагностических оценок руководство предприятия сможет получить информацию о том, насколько организация обеспечена профессиональными кадрами соответствующих категорий работников. Данную оценку можно также рассматривать как уровень профессионально-квалификационного мастерства человеческих ресурсов предприятия.

Механизм планирования и регулирования человеческих ресурсов предприятия представляет собой ядро формирования стратегии развития ЧР предприятия и включает в себя следующие этапы:

планирование потребности в человеческих ресурсах предприятия;

определение диспропорций в имеющейся структуре ЧР;

выбор способов устранения диспропорций.

Планирование ЧР основывается на анализе регионального рынка труда, оценке рыночной привлекательности предприятия, полученной на этапе диагностики, и анализе производственных перспектив развития предприятия. Перечисленные три составляющие процесса планирования ЧР формируют модель планирования ЧР предприятия. Данная модель позволяет определить рациональную численность различных категорий работников предприятия и основана на триедином подходе: финансовом, производственном и маркетинговом. Результатом действия модели является выделение трех состояний ЧР на предприятии:

состояния недостатка ЧР на предприятии, если

$$N_i < N_{\min}^{\text{pl}};$$

удовлетворительного состояния ЧР, если

$$N_{\min}^{\text{pl}} < N_i < N_{\max}^{\text{pl}};$$

состояния избытка ЧР на предприятии, если

$$N_i > N_{\max}^{\text{pl}}.$$

Так как данная модель позволяет определить потребность в категориях работников предприятия, то, сопоставив полученный результат со штатным расписанием предприятия, можно однозначно выявить различные диспропорции (избыток либо недостаток) ЧР, существующие на предприятии. Этот результат является крайне важным для определения методов и способов устранения указанных диспропорций.

Для устранения найденных диспропорций используются два основных подхода:

экстенсивный, то есть дополнительное привлечение работников на предприятие путем набора и отбора на региональном рынке труда;

интенсивный, то есть разнообразные мотивационные процедуры, которые, в свою очередь, подразделяются на:

а) экономические, то есть процедуры, связанные с материальным вознаграждением и поощрением работников;

б) социальные, которые отражают различные пути достижения удовлетворенности работника своим трудом.

Механизм стратегического развития человеческих ресурсов предприятия имеет целью выбор наиболее рациональных для сложившихся внутренних и внешних факторов управленческих решений по развитию ЧР предприятия. Рационализм данных решений заключается в сочетании экстенсивных и интенсивных источников развития ЧР, позволяющих поддерживать на должном уровне корпоративную культуру организации и реализовывать общую стратегию развития бизнеса. Для этого предлагается разработать стратегические таблицы управленческих решений для каждой категории работников предприятия. Данный механизм предопределяет использование системы мониторинга, представляющего собой информационную среду, которая, с одной стороны, аккумулирует всю информацию о развитии человеческих ресурсов на предприятии, а с другой — является необходимым элементом регулирования этого развития. Данная система является тем инструментом, с помощью которого стратегия управления развитием человеческих ресурсов обладает свойствами адаптивности, гибкости и рефлексии.

Таким образом, предлагаемый механизм развития ЧР предприятия можно рассматривать как средство для укрепления конкурентоспособности и жизнеспособности предприятия в условиях нестационарной рыночной среды.

Стаття надійшла до редакції
20.12.2002 р.

УДК 316.654

Сасина Л. А.

ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ О КОРРУПЦИИ В УКРАИНЕ

Дается характеристика природы коррупции как формы отклоняющегося поведения, для социологического анализа сущности коррупции обосновывается целесообразность использования этиологической и дефиниционной парадигм исследования преступности; предлагается

организовать в системе власти постоянно действующую обратную связь через изучение общественного мнения.

В последние годы в нашей стране возросла роль общественного мнения, как это всегда происходит в сложные, переломные периоды развития человечества. Уже созданы и действуют научно-исследовательские учреждения, разнообразные центры по изучению общественного мнения. Однако управленческие решения на всех уровнях часто принимаются без учёта выводов и рекомендаций социологов, нет соответствующих положений в Конституции, не разработаны подзаконные акты, регламентирующие механизмы учёта общественного мнения в управленческих структурах. Это означает, что общественное мнение ещё не превратилось в социальный институт.

Термин "общественное мнение" появился в Англии во второй половине XII века, а с конца XVIII века получил широкое распространение в мире. Впервые социологи попытались изучить общественное мнение в США в XIX веке в связи с необходимостью получения достоверной информации по проблемам, возникающим в экономической и политической сферах. Массовое изучение общественного мнения в США и в других странах началось в XX веке после публикации работы немецкого социолога Ф. Тенниса "Критика общественного мнения" (1922 г.).

Среди ученых и практиков до сих пор продолжают дискуссии относительно сущности общественного мнения. Это объясняется сложностью его структуры, включающей рациональные, эмоциональные и волевые элементы, важностью формируемых оценочных и ценностных суждений.

Среди множества определений выделим следующее: *общественное мнение* — это мнение по актуальным общественным проблемам, отличающимся дискуссионностью, выражаемое представителями различных социальных групп через средства массовой коммуникации [1].

В современной научной литературе подчеркивается, что общественное мнение может выступать и как структурный элемент коллективного сознания, и как один из механизмов социального взаимодействия людей (Б. Грушин, А. Уладов, В. Осовский, М. Чурилов, Е. Якуба, Е. Головаха, Н. Панина, В. Пича и др.). Эти два подхода отражают теоретико-практическую сущность общественного мнения как формы коллективного сознания, которая трансформируется в действие, человеческую активность, норму поведения и выполняет функции общественного регулятора.

Учитывая вышесказанное, можно утверждать, что в настоящее время опора на общественное мнение необходима в Украине для преодоления ряда негативных явлений, в частности — коррупции.

Опросы, проведенные специалистами (Киевским международным институтом социологии, Институтом социологии НАН Украины, Центром "Социальный мониторинг" Украинского института социальных исследований, "Социс — Гэллуп" и др.), показали, что проблема коррупции в достаточной мере ещё не изучена, отсутствует стратегия и тактика борьбы с этим явлением. Следовательно, научное осмысление природы коррупции является актуальным.

Целью настоящего исследования является выработка варианта научного подхода к проведению социологического анализа сущности этого общественного явления и поиск путей его преодоления.

На сегодняшний день в Украине нет, наверное, более острой и более сложной общественной проблемы, чем коррупция. Она фактически тормозит экономические реформы, сдерживает процессы демократизации и построения гражданского общества, компрометирует государство. Угрожающие масштабы коррупции очевидны для рядовых граждан, учёных, политиков. Поэтому поиск путей преодоления этого негативного явления — дело чести всего народа, вопрос формирования достойного имиджа государства в глазах его граждан и мирового сообщества. Если этого не произойдёт, то коррупция может стать нормой социально-политической жизни и новой ценностной ориентацией для людей.

С точки зрения социологии **коррупция** — это использование должностными лицами служебного положения в корыстных целях [1].

Так как коррупция — комплексная проблема, проявляющаяся во всех сферах жизни (политической, экономической, правовой, моральной и т. д.), правомерно предположить, что её изучение, прогнозирование и решение также должно быть комплексным.

Исследование этой проблемы необходимо начинать с определения субъектов коррупции и причин их социальной деятельности. Очевидно, субъектами коррупции следует считать должностных лиц, которые выполняют определённые государственные функции и имеют властные полномочия. А причинами коррупции являются корыстные цели, преследуемые субъектами.

Коррупция — это форма отклоняющегося поведения, достигшего степени общественной опасности. Её можно также характеризовать как относительно распространенное, статистически устойчивое социальное явление, которое не имеет четких границ и оценивается с точки зрения двух критериев: общественной морали и уголовного кодекса.

Коррупция, как и иные формы отклоняющегося поведения, обусловлена социально-экономическими противоречиями развития общества, например, противоречием между относительно равномерно

возрастающими потребностями людей и неравными возможностями их удовлетворения. Последнее связано с объективно существующим социальным неравенством, принадлежностью к привилегированным или непривилегированным слоям общества. Социологами установлено, что число корыстных преступлений возрастает в периоды экономических кризисов.

Для социологического анализа сущности коррупции целесообразно использовать две основные парадигмы исследования преступности: этиологическую и дефиниционную. Согласно первой, природа коррупции может быть установлена путем анализа причинно-следственной зависимости общественных явлений. Согласно второй, сущность коррупции может быть познана на микросоциологическом уровне через анализ взаимосвязей, в ходе которых проявляются преступные действия и личность преступника.

Первая из названных парадигм базируется на теории аномии, разработанной Р. Мертоном в 30-х годах прошлого века [2]. Аномия (состояние "безнормия", побуждающее индивида к отклоняющемуся поведению) трактуется автором как следствие конфликта между ценностной структурой общества и воплощающей ее социальной организацией.

Члены общества реагируют на конфликты по-разному. Один из возможных стандартных типов поведения — инновативность — проявляется в том, что индивид усваивает цели общества (обогащение), но использует незаконные средства их достижения. Инновативная реакция порождает корыстные преступления, к которым относится коррупция.

Для более глубокого социологического анализа сущности коррупции, кроме теории аномии Р. Мертона, следует использовать теорию дифференциальных связей, разработанную Э. Сатерлендом также в 30-х годах XX века [2]. С точки зрения этой теории система ценностей, установок, норм поведения, типов восприятия и т. д. формируется в процессе социализации личности, а затем реализуется на практике. Следовательно, поиск причин коррупции должен идти на уровне ближайшего окружения личности преступника, а не социально-культурной организации общества в целом.

Основные идеи обоих направлений были удачно объединены в 1950-х гг. А. Козмом в его теории делинквентных субкультур. По мнению автора, аномия ведет к фрустрации и необходимости поиска новых форм поведения. Эти формы имеются в уже готовом виде в делинквентной субкультуре, где также есть ориентация на успех, но приняты совсем иные, чем в "большом" обществе, критерии успеха. На основе этого подхода в 1960-х гг. Р. Клаурд и Л. Оули разработали теорию дифференциальных возможностей, описывающую структурно-интегративные аспекты делинквентных структур [2].

Дефиниционная парадигма социологического анализа сформировалась на основе теории символического интеракционизма Д. Мида. Основной ее задачей является не поиск причин преступности, а описание процесса определения (дефиниции) личности и ее действий как преступных.

Так как рассмотренные парадигмы односторонни и не позволяют изучить все аспекты коррупции, целесообразно объединить анализ этиологии коррупции в терминах ценностно-нормативных и социальных структур на макроуровне с изучением процессов функционирования системы права на микроуровне.

Научный анализ природы коррупции позволит специалистам разработать стратегию и тактику борьбы с ней на государственном уровне.

В этом направлении представляется целесообразным начинать с организации в системе власти постоянно действующей обратной связи через изучение общественного мнения. Эту миссию могли бы выполнить ведущие социологические учреждения и организации Украины, которые располагают необходимыми интеллектуальными, финансовыми, временными ресурсами. Они способны регулярно проводить исследования, научный анализ и давать интерпретацию полученных результатов. Изучение общественного мнения позволит специалистам-социологам сформулировать рекомендации по разработке стратегии и тактики борьбы с коррупцией.

Широкое освещение в средствах массовой информации полученных результатов даст возможность не только должностным лицам, но и всем гражданам осознать критичность ситуации, выработать в себе необходимый иммунитет, уважать честь, достоинство, высокие жизненные принципы, не допускать признания коррупции новой общественной нормой. Это позволит изменить сложившийся имидж Украины как одного из наиболее коррумпированных государств, вернет властным структурам уважение своих граждан и мирового сообщества. Анализ недостатков настоящего необходим для построения будущего. Хотелось бы надеяться, что в массовом сознании отразятся различные сценарии развития Украины, и её граждане проявят волю и найдут в себе силы для построения государства, которым они смогут гордиться.

Основные аспекты функционирования механизма обратной связи могут быть предметом следующих научных исследований.

Литература: 1. Социологический энциклопедический словарь / Редактор-координатор — акад. РАН Г. В. Осипов. — М.: Изд. НОРМА, 2000. — 488 с. 2. Риплер Дж. Современные социологические теории. — 5-е изд. — СПб.: Питер, 2002. — 688 с.

Стаття надійшла до редакції
17.01.2003 р.

УДК 658.012.32

Бубенко П. Т.

РЕГІОНАЛЬНЕ УПРАВЛІННЯ І НАУКОВО-ТЕХНІЧНИЙ ПРОГРЕС

Розглянуто особливості та недоліки існуючої системи державного управління соціально-економічним розвитком, у тому числі на регіональному рівні. Досліджено вплив специфічної економічної категорії — регіональних економічних інтересів — на характер та зміст комплексних регіональних проєктів і програм, а також місце науково-технологічного потенціалу як головного чинника інноваційного росту економіки.

Успішне подолання кризових явищ та прискорення соціально-економічного розвитку потребують інших, у порівнянні з існуючими, методів та форм управлінських рішень. Досягти цього прискорення можливо тільки в умовах нової якості економічного зростання, що забезпечується на основі впровадження в господарську практику передових досягнень науково-технічного прогресу. Головне тут — зміцнення зв'язків науки з виробництвом, створення таких організаційно-економічних засад інтеграції, які відкривали б шляхи швидкого проходження наукових ідей від їх народження до широкого впровадження в дію.

Прикорм є те, що за минулий період, коли Україна розпочала власні політичні та соціально-економічні перетворення, регіональному рівню управління приділялось дуже мало уваги і він мав незначний вплив на загальні макро- та мікроекономічні процеси. Хоча, на думку ряду вчених, яку автор теж поділяє, при розумному ставленні до територіального планування та управління, в основі якого лежить повне функціонування окремих економіко-адміністративних районів, нашій державі вдалося б істотно пом'якшити негативні наслідки економічної кризи, яка її охопила [1, с. 74].

Питанням розробки основ формування державної регіональної політики, регіонального розвитку, удосконалення системи управління економікою, розподілу господарської компетенції та відповідальності між центром і регіонами присвячена велика кількість досліджень відомих українських вчених, академіків НАН України, таких, як: М. Г. Чумаченко [2, с. 39 – 49], М. І. Долішній [3, с. 7 – 17], В. К. Мамутова [4, с. 5 – 10] та ін. Між тим, аналіз останніх досліджень і публікацій на цю тему свідчить про те, що відсутність у державі сучасних галузевих, міжгалузевих та регіональних господарських і управлінських структур, діяльність яких була б скоординована єдиним загаль-

нодержавним стратегічним плануванням, неадекватність наукового супроводу опанування господарським комплексом інноваційних важелів зростання є складовими повільних темпів розвитку економіки.

Таким чином, постановка проблеми в загальному вигляді полягає у відпрацюванні науково обґрунтованих підходів до вироблення інноваційної стратегії соціально-економічного розвитку регіонів, у пошуку напрямків структурних реформувальних в економіці, модернізації системи управління. Метою статті є науково-методологічне обґрунтування і вдосконалення організаційно-економічних механізмів збалансованого управління та регулювання регіонального розвитку.

Означена проблематика пов'язана з важливими науковими завданнями, що містяться, зокрема, у постанові президії НАН України від 16.12.2002 р. №301 "Про наукові засади розподілу господарської компетенції та відповідальності між центром і регіонами", яка зорієнтована саме на розробку і запровадження науково обґрунтованих алгоритмів та систем управління соціально-економічним розвитком як на державному, так і регіональному рівнях, на якнайшвидший перехід національної економіки, виробничих структур на інноваційні рейки господарювання.

Сьогодні центр тяжіння структурних перетворень, процесу управління економікою фактично переноситься в регіони. Тому при обґрунтуванні принципів, які визначають регіональні засади і зрізи загальної політики держави, повинні вирішуватись питання знаходження загальнодержавних і регіональних інноваційно-інвестиційних критеріїв, стимулювання розвитку ключових точок соціально-економічного росту, проведення постійного моніторингу фінансового стану регіонів і їх реальних можливостей у здійсненні таких перетворень.

Нині спостерігаються непослідовні управлінські дії, хибні, по суті, засади державної політики, які спрямовані на консервацію гіпертрофованої ролі міністерств та відомств, що разом з підприємствами не можуть знайти спільних оптимальних рішень у господарському будівництві. Є зрозумілим те, що головний економічний зміст такої політики, який не дозволяє говорити про будь-яку власну, зокрема, регіональну політику, полягає в практично повній централізації бюджетної системи.

Після реформи системи державного управління, яка подавалася з великою помпою три роки тому, посилились повноваження одного органу управління — Адміністрації Президента України — і відбулося скорочення міністерств за рахунок їх перейменування у комітети, та введенням нового інституту державних секретарів.

За роки незалежного існування чисельність управлінь різного рівня в Україні зросла в 3 рази, хоча за той же час населення країни скоротилося

більш ніж на 3 млн. чол. Ще більшими темпами зростають витрати на фінансування апарату управління. Так, видатки Держбюджету на функціонування органів державного управління у 2001 році були встановлені в розмірі 2,6 млрд. грн., що в 2,4 рази більше, ніж у 1999 році [5, с. 9]. І зовсім протилежну ситуацію спостерігаємо, коли мова йде про державну підтримку науки, науково-технічного прогресу. Якщо у 1999 році загальнонаціональні витрати на науку в Україні складали 1,02% легальної частини валового внутрішнього продукту, то в 2001 році ця частка дорівнювала лише 0,34% ВВП, тобто зменшилась у три рази [6, с. 27; 7, с. 13].

Такі яскраві приклади відображають концептуальну слабкість загальнодержавної доктрини влади та державного управління, що існує сьогодні, а з іншого боку — гнітючий реальний стан справ щодо реалізації проголошеного Президентом України переходу на інноваційний шлях розвитку її економіки.

Коли Верховна Рада затверджує Державний бюджет, кожного року здійснюється перерахування доходів більш розвинених регіонів — менш розвиненим. Але більше доцільним буде залишити ці кошти їх володарям на власний інноваційний розвиток, на розвиток промислового, сільськогосподарського комплексів, високотехнологічних галузей, науково-освітньої сфери.

Очевидною є безперспективність та згубність такої політики, оскільки вона не дає можливостей для здійснення власних інвестицій окремим промисловим регіонам, відкидає будь-які стимули до поширення відтворювальних процесів, загального підвищення виробництва і врешті-решт це приводить найбільш розвинені регіони до жебрацтва, тим самим "заганяючи" всю економіку держави в глухий кут. Між тим, саме ці регіони є майже єдиною економічною надією України і потребують виваженої, стимулюючої соціально-економічної політики, що вимагає залучення великих інвестиційних і кредитних ресурсів у найбільш вагомій регіональній програмі соціально-економічного розвитку. У свою чергу, ефективність таких програм буде тим більшою, чим більшим буде ступінь децентралізації та регіоналізації всієї фінансово-інвестиційної політики. Тому згідно з твердженням А. Гугеля "... в умовах сьогодення саму можливість збереження і оновлення економічного фундаменту можна буде досягти тільки на регіональному рівні, і краще, що можуть зробити у цьому відношенні загальнодержавні структури — це відмовитись від претензій на централізоване регулювання інвестиційних процесів і створити необхідну законодавчу і нормативну базу для їх реалізації" [7, с. 30].

Аналіз проблем територіального розвитку та загальний досвід в удосконаленні практики регіо-

нального управління дозволяють нам зробити певні висновки. Головний з них полягає в необхідності розробки й реалізації у руслі загальнодержавної стратегії реформ індивідуалізованих регіональних проектів і програм соціально-економічного розвитку, за якими на новій правовій та організаційно-економічній основі повинні бути знайдені й задіяні особисті, найбільш властиві та прийнятні до умов конкретних територій (регіонів) механізми їх стабілізації, відродження та розвитку.

Звідси випливає необхідність визначення складових рушійних сил регіонального розвитку, їх місця в структурі системи управління. Сталий розвиток регіону в значній мірі залежить від того, наскільки повно враховані та реалізовані принципи організації та управління його життєдіяльністю. Головне — щоб система регіонального управління базувалась на використанні економічних законів і чинників у практиці господарського життя та механізмах їх практичної реалізації.

Істотний вплив на характер та результати вибору окремим регіоном стратегії та механізмів регулювання свого розвитку чинять територіальні та загальнонаціональні інтереси, тому дуже важливо компетентно їх урівноважити. З позицій регіону такими інтересами, зокрема, є:

- стабільність та передбаченість загальнонаціональної політики, суспільно-політичної ситуації;

- наявність власних бюджетно-фінансових, майнових, інвестиційно-правових та інших економічних можливостей регулювання;

- сприятливі умови для використання трудових, господарських, інтелектуальних, духовних ресурсів і можливостей;

- забезпечення відповідної інфраструктури як власного регіону, так і міхререгіональних зв'язків.

Регіональні економічні інтереси існують об'єктивно і становлять специфічні, такі, що викликані реальними умовами, мотиви та дії людей, які мешкають у даному регіоні. Ці інтереси спрямовані на відтворення факторів життєдіяльності в регіональній ланці соціально-економічної та господарської структури суспільства, на задоволення матеріальних і духовних потреб мешканців регіону за допомогою ефективних засобів територіального господарювання.

Середовище становлення та реалізації регіональних інтересів — явище дуже різноманітне, складне, багаторівневе, тому радикальних змін у процесах регіоналізації можна досягти лише шляхом комплексного їх розповсюдження на виробництво, трудові відносини, відносини власності та управління.

Основною формою реалізації регіональних інтересів та особливостей є комплексні регіональні програми та проекти, котрі гармонійно пов'язують

як територіальні, так і галузеві особливості. Якщо у вихідному стані регіональної системи без зайвих труднощів визначається вся сукупність робіт, котрі необхідно здійснити для переведення параметрів існуючої системи у нову якість, або новий стан, і є необхідні для цього ресурси, тоді перехід такої системи з вихідного стану в кінцевий здійснюється за допомогою розробки та реалізації проекту — детермінованого набору взаємопов'язаних організаційно-економічних заходів. Але, коли у вихідному стані немає чіткого уявлення про майбутній кінцевий стан системи та відсутній необхідний арсенал ресурсів і технологій, то тоді реорганізація системи класифікується як проблема, котра має реалізуватися шляхом розробки програми.

Програма відрізняється від проекту наявністю в ній дослідницьких, аналітичних і прогнозних робіт, що дає можливість у ході її реалізації здійснювати періодичний моніторинг проведеної реорганізації, змінювати і логоджувати у разі необхідності параметри бажаного кінцевого стану регіональної системи. Через це програма охоплює більш широке коло питань, більш масштабна за складом робіт і менш детермінована. Цільова комплексна регіональна програма — це директивний адресний документ (план), який становить пов'язаний за ресурсами, виконавцями і строками реалізації комплекс соціально-економічних, організаційно-правових, науково-дослідних та інших завдань і заходів, спрямованих на вирішення актуальних питань регіонального розвитку.

З цих визначень випливає провідна роль науково-технічного фактора, необхідність мобілізації регіональних резервів посилення інтеграції науки та виробництва. На жаль, сьогодні інтеграційні процеси у сфері науково-виробничої діяльності в масштабах регіону ще не набули достатнього розвитку. Між тим, поєднання науково-технічного та виробничого потенціалів у регіональні науково-виробничі комплекси — питання дуже актуальне. Про це свідчить збільшення кількості проблем науково-технологічного розвитку регіонів, підвищення у зв'язку з цим загальної частки регіонально спрямованих науково-дослідних та конструкторсько-технологічних робіт, посилення інтенсивності горизонтальних зв'язків між чисельними науковими, промисловими підприємствами та організаціями регіону.

У практиці регіональної взаємодії науки та виробництва накопичено достатній досвід формування та використання різних варіантів організаційних і економічних форм зв'язку на міжгалузевій і міжвідомчій основі. Незважаючи на деякі природні розбіжності, регіональним формам зв'язку властиві й загальні риси: головною метою їх формування є створення сприятливих умов для вирішення специфічних науково-технічних, соціально-економічних і

екологічних регіональних проблем; за допомогою нових регіональних структур робиться спроба посилення інтеграційних процесів у ланці "наука — техніка — виробництво", подолання відомчих бар'єрів у процесі реалізації міжгалузевих досліджень; кожна з форм тією чи іншою мірою повинна забезпечити найбільш ефективне використання регіонального науково-технічного потенціалу для технічного оновлення зосередженого в регіоні промислового комплексу.

Не буде помилковим вважати, що посилення науково-виробничої інтеграції в регіоні значною мірою залежить від рівня розвитку, масштабів і можливостей розташованого в ньому науково-технологічного потенціалу. Природно, що регіони держави значно відрізняються один від одного як чисельністю, так і рівнем розвитку потенціалу науки. Тому ці розбіжності повинні враховуватись при розробці науково-технічної політики з обов'язковим відображенням основних напрямків нівелювання, зменшення диспропорцій у розвитку і розміщенні наукового потенціалу за регіонами держави.

Разом з цим значні резерви посилення інтеграції науки з виробництвом полягають у недовикористанні можливостей наявного потенціалу науки, насамперед, регіональних резервів інтенсифікації науково-технічної діяльності. Чисельні проблеми регіонального розвитку можуть бути розв'язані на місцях науковими силами даного регіону з урахуванням існуючої специфіки розвитку та спеціалізації його наукового комплексу або із залученням наукового потенціалу сусідніх регіонів шляхом концентрації наукових сил різної відомчої підпорядкованості на найважливіших напрямках досліджень.

На жаль, сьогодні вплив науково-технічного потенціалу на розвиток господарського комплексу окремих регіонів істотно відрізняється. Так, у наукових організаціях Північно-Східного регіону доля витрат на науково-дослідні роботи, що виконувались за замовленням підприємств регіону, складає за останні п'ять років у середньому 18 — 23%, Придніпровського регіону — відповідно 24 — 30%, Західного регіону — 30 — 35%, а Донецького — більше половини. Загальний масштаб впливу науково-технологічного комплексу на розвиток регіонів, розрахований за деякими параметрами інтеграції науки та виробництва (часткою науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт, спрямованих на розв'язання регіональних проблем; співвідношенням працівників, зайнятих у галузях матеріального виробництва, і наукових кадрів, які забезпечують розвиток цих галузей у регіоні; інтегральним показником сприйнятливості виробничого потенціалу до науково-технічного прогресу) складає лише 8 — 13%.

Комплексний розвиток продуктивних сил регіону неможливий без науково-технічного забезпечен-

ня цього процесу. Тому, окрім загальної спрямованості на вирішення пріоритетних проблем розвитку науки і техніки в загальнодержавному масштабі, науково-технічний потенціал кожного регіону повинен бути максимально зорієнтований на розробку специфічних, власних проблем науково-технологічного розвитку, що мають певну актуальність для відповідних регіонів.

Література: 1. Регионы Украины: поиск стратегии оптимального развития. Колл. моногр. / Под ред. А. П. Гоникова. — Харьков: ХГУ, 1994. — 304 с. 2. Чумаченко М. Г. Проблемы регионального управления в Украине // Региональная экономика. — 1996. — №1-2. — С. 39-49. 3. Долішній М. Ш., Молінець О. С. Ринкові механізми регіонального управління // Регіональна економіка. — 2001. — №1. — С. 7-17. 4. Мамутов В. К. Распределение компетенции и ответственности между центром и регионами // Социально-экономические аспекты промышленной политики: теоретические аспекты регионального развития и модели инновационного развития территорий. — Донецк: Институт экономики промышленности НАН Украины, 2002. — С. 5-10. 5. Малицький Б. А. Доктрина власти должна исходить из жизненных интересов народа // Проблемы науки. — 2002. — №12. — С. 5-16. 6. Науково-технічний потенціал України: стан, проблеми, перспективи розвитку. — К.: ЦДНТІП НАН України ім. Г. М. Доброва, 2000. — 64 с. 7. Про підсумки роботи Міністерства освіти і науки України в сфері наукової, науково-технічної та інноваційної діяльності за 2000 рік. — К.: Б. М., 2001. — 40 с. 8. Гугель А. Региональные аспекты политического и социально-экономического развития Украины // Регион. — 1997. — №1. — С. 28-30.

Стаття надійшла до редакції
24.01.2003 р.

УДК 334.722.8

Панасюк Н. О.

МЕХАНІЗМИ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ КУЛЬТУРОЮ АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА

У статті аналізуються соціальні аспекти формування та розвитку корпоративної культури. Взаємини суб'єктів організації розглядаються як взаємозв'язок культур. Розкривається важлива роль зміщення акценту з матеріальних факторів виробництва на людський.

В умовах мінливої природи сучасних організацій корпоративна культура має вирішальне значення. У великих компаніях, які успішно функціонують, тру-

дова діяльність співробітників здійснюється в межах складних соціальних систем, які істотно впливають на робочі процеси. Усередині організації діє могутня сила, що визначає індивідуальну та групову поведінку. Організаційна культура — це набір допущень, переконань, цінностей і норм, що розділяються всіма членами організації. Культура організації належить до тих неформальних аспектів організаційного життя, що вирішальним чином впливають на діяльність організації [1]. Оскільки культура — динамічне системне поняття, вона впливає практично на всі події, що відбуваються в організації.

Тому знаходження і втілення в життя напрямків активізації механізмів управління корпоративною культурою дасть можливість підвищити роль людського фактора в управлінні корпоративною власністю, що є важливою та актуальною на сьогодні проблемою економіки України.

Серед публікацій, які було проаналізовано, насамперед треба виділити роботи провідних вчених-економістів, які досліджували дану проблему. Серед них — роботи західних фахівців: Ньустрома Дж. В., Девіса К., Роберта Брюса Шо, Майерса Д. [1; 2], в тому числі праці іноземною мовою, авторами яких є: R. A. Noe, D. R. Denison, W. Wilhelm, A. M. Pettigrew, а також роботи українських та російських науковців: Гончарова В. М., Александрова В. В., Бронницького О. М., Каткова В., Співака В. А. [3; 4].

Підсистемою навколишнього середовища є соціальна культура, з правилами та вимогами якої індивіди живуть та працюють, яка "подає" їм безліч сигналів про можливу поведінку людини, яка має певний життєвий досвід. Працівники фірми також є членами суспільства, мають родини, коло друзів і знайомих, тому ставлення до працівників у фірмі стає предметом обговорення й оцінки багатьох людей, що входять до кола спілкування персоналу фірми.

Усередині окремої організації соціальна система включає всіх її співробітників і їх відносини один з одним і навколишнім світом. На думку соціального психолога Курта Левіна [2], поведінка працівників (П) становить функцію взаємодії їхніх особистісних характеристик (Х) і умов навколишнього середовища (З), або $P = f(X, C)$.

Метою даної роботи є узагальнення значення корпоративної культури, виділення її індикаторів та розробка рекомендацій щодо ефективного управління корпоративною культурою корпорації.

Значення організаційної культури визначається низкою обставин:

по-перше, вона додає співробітникам організаційної ідентичності, визначаючи уявлення про компанію, є важливим джерелом стабільності і наступності, що створює в її співробітників почуття безпеки;

по-друге, знання організаційної культури допомагає новим працівникам правильно інтерпретувати події, що відбуваються в організації, визначаючи контекст подій, що у протилежному випадку залишалися б незрозумілими;

по-третє, культура більш ніж будь-що інше стимулює високу відповідальність працівника, що виконує поставлені перед ним завдання;

по-четверте, культура привертає увагу, перемагає бачення і відзначає заслуги творчих, ефективних співробітників. Визначаючи і нагороджуючи таких людей, організаційна культура ідентифікує їх як рольові моделі [2].

Взаємини суб'єктів організації в даній статті розглядаються як взаємозв'язок культур: елементи культури особистості впливають на її очікування і уявлення про елементи культури майбутнього місця роботи, і джерелом конфлікту може бути різний рівень культур суб'єктів організації. Прогноз успіху майбутньої взаємодії повинен включати і прогноз культурологічних особливостей партнера по спілкуванню, чи то окрема особа, чи група, чи організація [3].

У процесі визначення зацікавлених у діяльності організації осіб виділимо коло суб'єктів розвитку організації — груп і особистостей, на яких вплинуть зміни в організації і які здатні вплинути на розвиток подій. Соціолог і економіст Р. Мертон вказує на необхідність для сучасного бізнесмена бачити інтереси трьох груп, найчастіше несумісні, але від задоволення яких залежить майбутнє організації: це інтереси власників фірми (акціонерів), споживачів продукції (покупців) і співробітників фірми. Ранжирування суб'єктів — груп носіїв інтересів, які повинна в першу чергу враховувати корпорація, і визначення найбільш важливих серед них підводить до наступного висновку про те, що ними є клієнти компанії, її акціонери, співробітники, постачальники, адміністрація та місцеве суспільство (рис. 1).



Рис. 1. Коло суб'єктів, інтереси яких є вирішальними для корпорації

Стрілки в цій діаграмі двосторонні — від корпорації до різних груп носіїв інтересів та навпаки, що вказує на взаємний характер участі, а отже, на взаємний характер прав відповідальності кожної з сторін перед іншою. Необхідно зазначити, що показуються зв'язки тільки з корпорацією, а не вся складна схема взаємовідносин прав та відповідальності груп носіїв інтересів один перед одним. Варто акцентувати увагу на тому, що мотивувальним фактором є перетворення співробітників на акціонерів, на що в наведеній діаграмі вказує одностороння стрілка. Це підвищує їхню відданість організації, причетність до її справ, стимулює зростання віддачі.

Виділимо перелік специфічних індикаторів корпоративної культури, що впливають на сприйняття і поведінку її працівників:

наявність і якість колективного договору;

зміст нормативних документів: трудового розпорядку, положення про підрозділи, посадових інструкцій та ін.;

організаційна поведінка, готовність жертвувати особистим заради корпоративних цілей (творче ставлення до своїх обов'язків);

ставлення працівників до праці;

відданість корпорації, турбота про збереження її службових таємниць;

можливість професійного зростання та участь в ухваленні рішень;

узагальнений параметр — якість трудового життя (ЯТЖ), що включає стиль управління, соціальне партнерство, ступінь індивідуального підходу до співробітників, ступінь погодженості мотивів працівників і винагороди. Підвищення ЯТЖ означає гуманізацію робочого середовища і є спробою задоволення як фізіологічних людських потреб, так і потреб більш високого порядку;

рівень забезпечення безпечних умов праці;

рівень абсентеїзму (абсентеїзм — відсутність у робочий час через хворобу, відгули за власний рахунок, прогули). Коефіцієнт абсентеїзму показує, який відсоток продуктивного часу втрачається через відсутність працівників на робочому місці;

кадрова політика;

організаційний клімат — це те загальне відчуття, що створюється фізичною організацією простору, стилем спілкування співробітників між собою і формою поводження співробітників з клієнтами та іншими сторонніми особами;

соціально-психологічний клімат.

Нова парадигма управління ґрунтується на відмові від технократичного та переході до інноваційного управління — це означає постійне відновлення продукції, технології, структури, тобто вміння пристосовуватися до зовнішнього середовища, яке постійно змінюється. Головним фактором успіху

такої стратегії є люди, їхня організаційна культура, що становить систему формальних і неформальних правил і норм діяльності, звичаїв і традицій, індивідуальних і групових інтересів, особливостей поведінки працівників у даній організації, що відрізняються стилем поведінки, показниками задоволеності роботою, рівнем взаємного співробітництва, ступенем ідентифікації працівників з організацією і цілями її розвитку.

Відповідно до нової парадигми управління запропоновано висунути на перше місце особистості працівника і трудового колективу, підвищення їхньої ролі в досягненні цілей організації, оскільки найважливішу роль у досягненні успіху в загальній справі відіграє якість робочої сили і її ставлення до роботи на підприємстві.

Факторами, що впливають на реалізацію нової стратегії управління в основному виробничому середку, є наступні елементи збагачення праці: ухвалення рішень, самостійність, відповідальність, зворотний зв'язок та інші. Тобто делегування функції оперативного управління виробництвом персоналу основної виробничої ланки має на увазі здатність цієї ланки ефективно виконувати покладені на неї обов'язки.

Таким чином, працівники сприймаються як самостійні, здатні до ухвалення грамотних відповідальних рішень, творчі особистості. Це, у свою чергу, висуває підвищені вимоги до системи управління персоналом, від діяльності якої і залежить якість персоналу фірми та його розвиток, а також ступінь задоволеності працею, а отже, ставлення до праці та віддача.

Підвищення ролі працівника, групи у вирішенні оперативних задач, зміщення акценту з матеріальних факторів виробництва на людський визначає і провідну роль служб управління персоналом (УП).

Цілком справедливо, що менеджер з персоналу в цих умовах висувається на друге місце в ієрархії рангів після глави фірми.

Кінцева мета удосконалення організаційної культури — адаптація до мінливого середовища, набуття мобільності, гнучкості, конкурентоспроможності, живучості в умовах ринку.

Формування організаційної культури — це спроба конструктивного впливу на соціально-психологічну атмосферу, поведінку співробітників. Сучасний менеджер розглядає організаційну культуру як могутній стратегічний інструмент, що дозволяє орієнтувати всі підрозділи і працівників на загальні цілі [4].

Якщо організації мають намір свідомо формувати корпоративну культуру, то для цього необхідно створити систему управління культурою корпорації, що, по суті, є управлінням розвитком, оскільки корпоративна культура в широкому розумінні — це все матеріальне і духовне, що має і використовує

організація, включаючи і те, яким чином це використовується і з якою метою.

Для успішного функціонування організації в сучасному, швидкоплинному конкурентному середовищі з метою підвищення ефективності соціального діалогу в управлінні персоналом рекомендуються наступні етапи управління культурою корпорації:

попередній аналіз стану і тенденцій розвитку культури;

визначення і найбільш точне формулювання проблем;

дослідження проблем, з'ясування причин їхнього виникнення, характеру, рушійних сил (факторів), суб'єктів, причетних до їхнього виникнення і т. д.;

висування гіпотез, що визначають можливі шляхи, способи вирішення проблем;

перевірка гіпотез, проведення експериментів;

аналіз та інтерпретація результатів проведених експериментів;

розробка механізмів реалізації заходів, проведення яких сприяє (що обґрунтовано вже не тільки теоретично, але й експериментально) вирішенню проблем: розробки і/чи внесення змін у нормативні документи, такі, як колективний договір, трудовий розпорядок, положення про стимулювання, положення про соціальний захист, положення про підрозділи, посадові інструкції тощо.;

інституціоналізація рішень: здійснення реорганізаційних заходів, закріплення їх наказами, розпорядженнями; призначення відповідальних осіб, робочих груп, визначення їхнього статусу, визначення стимулів за ретельне виконання і санкцій за невиконання корпоративних норм і правил;

розробка пам'яток новачкам, програм адаптації новачків з урахуванням необхідності засвоєння корпоративної культури;

вихід "на робочий режим", перетворення заходів на елемент культури, на повсякденність;

організація постійного моніторингу стану культури, діагностика стану її елементів.

Аналіз стану проблеми управління корпоративною культурою показав її значний вплив на трудовий потенціал акціонерного товариства. Узагальнення значення корпоративної культури дозволило виділити її індикатори, що впливають на сприйняття і поведінку її працівників. Розроблені рекомендації щодо ефективного управління корпоративною культурою корпорації, які базуються на новій парадигмі управління, що, в свою чергу, ґрунтується на зміщенні акценту з матеріальних факторів виробництва на людський.

Подальшою перспективою досліджень у даному напрямку є розробка нормативних положень функціонування департаменту управління персоналом, обов'язками якого є управління корпоративною

культурою та формалізація моделей формування корпоративної культури в акціонерному товаристві.

Література: 1. Роберт Брюс Шо. Построение доверия через организационную культуру // Современное управление. — 2001. — №9. — С. 111 – 120. 2. Ньюстром Дж. В., Дэвис К. Организационное поведение: Перевод с англ. / Под ред. Ю. Н. Каттуревского. — СПб.: Питер, 2000. — 448 с. 3. Спивак В. А. Корпоративная культура. — СПб.: Питер, 2001. — 352 с. 4. Катков В. Формирование организационной культуры на промышленном предприятии // Управление персоналом. — 2000. — №2. — С. 66 – 70.

Стаття надійшла до редакції
20.02.2003 р.

УДК 332.1

**Раевнева Е. В.,
Голияд Н. Ю.**

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ РЕГИОНОМ

Рассмотрены вопросы антикризисного управления системами, в частности, регионом. Анализируются трактовки понятия "антикризисное управление", "кризис", выделено инвариантное ядро данных дефиниций. Предложена классификация кризисов соответствующих сфер функционирования региона.

Последнее десятилетие ситуация в Украине характеризуется глобальным кризисом во всех структурных элементах экономики. Анализ статистических данных как в целом по Украине, так и по отдельным ее регионам позволяет говорить о существенных дисбалансах регионального развития, вызванных не только общенациональным кризисом производства, но и изменением полномочий и функций региона. Пассивная государственная политика развития регионов, усугубленная хронической нехваткой финансовых ресурсов, заставила каждый из них искать собственные пути выхода из сложившейся кризисной ситуации. В этих условиях на первый план выступают новые для региона характеристики, такие, как жизнеспособность, самоорганизация, самодостаточность и т. п., которые отражают степень и возможность самостоятельного, независимого развития региона в экономическом поле страны. С другой стороны, регион

является составной частью экономики и должен рассматриваться как элемент общей системы управления государством. Поэтому возникает задача согласования интересов развития региона с общеэкономическими интересами развития страны в целом. Разработка методов, подходов и механизмов антикризисного управления регионом является жизненно необходимой и актуальной. Это подтверждается еще и тем, что данные задачи являются составными частями фундаментальных исследований проблем естественных, общественных и гуманитарных наук.

Центральной категорией данного исследования является понятие "антикризисное управление". Анализ литературных источников позволил сделать вывод о том, что большинство авторов рассматривает антикризисное управление как процесс выведения некоторого объекта из состояния кризиса [1]. Подобная трактовка не учитывает его важной предупреждающей функции и, следовательно, нуждается в дальнейшем исследовании. В данной работе антикризисное управление предлагается рассматривать как совокупность двух взаимосвязанных блоков: предупреждающего управления, то есть управления по "слабым" сигналам, и кризисного управления, то есть управления по "сильным" сигналам.

Место подсистемы антикризисного управления в общей системе управления экономическим объектом можно представить следующим образом (рис. 1) [2]:

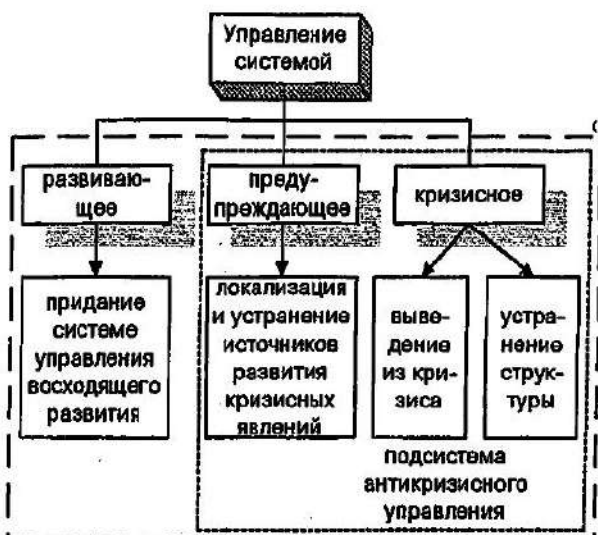


Рис. 1. Структурная схема системы управления

Исходя из приведенной схемы, под антикризисным управлением регионом будем понимать комплекс управленческих воздействий, направленных либо на предотвращение, локализацию негативных тенденций его развития, либо на выведение региона из кризисного состояния.

В системе антикризисного управления основополагающим понятием является понятие кризиса. Термин "кризис" — не новый в экономической литературе. С этим понятием связаны исследования таких известнейших ученых, как К. Маркс, Н. Д. Кондратьев, Й. Шумпетер, А. А. Богданов, П. Друкер и др.

Тем не менее анализ литературных источников позволяет говорить о том, что единого определения кризиса среди ученых-экономистов нет. В большинстве работ понятие кризиса не приводится вообще, авторы пользуются этим термином как аксиомой, в других — исследователи рассматривают эту дефиницию со своей точки зрения, наиболее подходящей к теме их исследования [1]. Примеры существующих определений понятия "кризис" приведены в таблице.

Таблица

Существующие определения понятия "кризиса"

Название источника, автор	Трактовка дефиниции
"Большой экономический словарь" под ред. А. Н. Азрилияна	Опасное состояние, перелом
Украинский советский энциклопедический словарь	Резкий, крутой перелом в чем-либо, тяжелое переходное состояние, тяжелое положение
"Антикризисное управление" под ред. Э. М. Короткова	Крайнее обострение противоречий развития; нарастающая опасность банкротства, ликвидации; рассогласование в деятельности экономической, финансовой и других систем; переломный момент в процессах изменений
"Экономическая энциклопедия" под ред. Л. И. Абалкина	Глубокое расстройство, резкий перелом, период обострения противоречий в процессе развития какой-либо сферы человеческой деятельности
The Compact Edition of the Oxford English Dictionary	Точка в развитии или болезни, когда имеет место важное изменение, являющееся решающим для восстановления или смерти. Поворотный пункт болезни к лучшему или худшему; также применяется к любому ожидаемому или внезапному изменению, появившемуся в течение болезни, и к явлениям, сопровождающим ее
Collins English Dictionary	Критическая стадия или поворотный момент в ходе чего-либо, например, в последовательности событий или болезни

Анализ вышеприведенных трактовок понятия "кризис" позволяет сделать вывод о том, что существующие дефиниции в целом определяют кризис как переломный момент в развитии экономической системы, обострение противоречий, глубокое расстройство, тяжелое положение, рассогласование в деятельности [1]. По мнению авторов, под кризисом необходимо понимать изменение параметров

функционирования системы, ведущее к частичной или полной потере ее жизнеспособности.

Анализ жизнеспособности региона с системных позиций предполагает оценку следующих сфер деятельности региона: экономической, социальной, политической, экологической.

Каждая из выделенных сфер в определенные моменты времени может находиться в кризисном состоянии. Поэтому интересной представляется классификация разнообразных кризисов по данным сферам (рис. 2).

Рассмотрим их краткое содержание.

Кризис производства проявляется в значительном спаде объемов производства продукции, как промышленной, так и сельскохозяйственной, нарушении сложившихся производственных связей, банкротстве предприятий, росте безработицы. **Технологический кризис** характеризуется кризисом новых технологических идей в условиях явно выраженной потребности в новых технологиях, а также кризисом технологической несовместимости изделий или кризисе отторжения новых технологических решений. То есть в обобщенном плане это проявляется как кризис научно-технического прогресса. **Кризис инвестиционной политики** возникает при отсутствии привлекательных условий инвестирования: неэффективных ставках налогов, непривлекательности по тем или иным причинам потенциальных объектов инвестирования, незаинтересованности местных органов самоуправления. **Причинами экологического кризиса** могут выступать как изменения природных условий, вызванные деятельностью человека, так и форс-мажорные обстоятельства: наводнения, землетрясения, пожары и т. д. **Демографический кризис** наблюдается при длительном периоде отрицательного прироста населения региона, ведущем к вымиранию нации. **Кризис уровня жизни** возникает при неудовлетворительных условиях жизни населения в том случае, если уровень расходов превышает уровень доходов. **Кризис занятости населения** характеризуется большим разрывом между спросом на рынке труда и предложением, следствием чего является высокий уровень безработицы. **Кризис социальной инфраструктуры** возникает при неудовлетворительном уровне медицинского обслуживания, нехватке учреждений образования, необеспеченности населения жильем. **Кризис внешней политики** проявляется в неспособности органов местного самоуправления формировать корректную и удовлетворяющую интересам региона политику по отношению как к государству, так и к зарубежным партнерам. **Кризис местного самоуправления** — это кризис в политическом устройстве общества, кризис власти, кризис реализации интересов различных социальных групп населения.

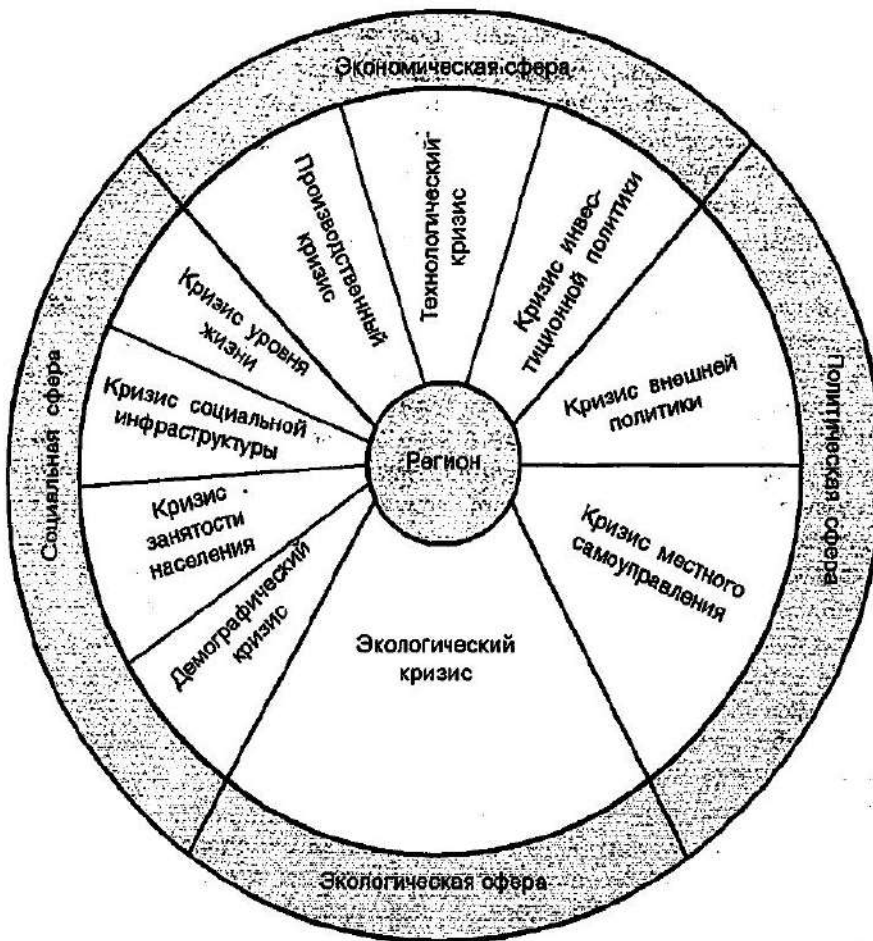


Рис. 2. Классификация кризисов по сферам деятельности региона

Таким образом, на основе проведенных исследований можно сделать следующие выводы:

отсутствие единого мнения авторов относительно дефиниций "антикризисное управление", "кризис" вносит, с одной стороны, определенного рода стохастичность и неоднозначность в данную проблематику, а с другой — вызывает необходимость дальнейших исследований;

выделение разнообразных кризисов и причин их возникновения можно рассматривать как основу формирования информационного пространства для антикризисного управления регионом и построения комплекса экономико-математических моделей его функционирования и развития.

Литература: 1. Антикризисное управление / Под ред. Э. М. Короткова. — М.: ИНФРА-М, 2000. — 432 с. 2. Раевичева Е. В. Антикризисное управление: дефиниции, составляющие, инструменты // Сб. научн. трудов Междунар. научно-техн. конф. "Приборостроение — 2001". — Вестник ЧИТИ. — 2001. — С. 182 — 187.

УДК 323.2

Кузь О. М.,
Сахань О. М.

ПОЛІТИКО-ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

У статті аналізуються політико-психологічні чинники розвитку сучасного суспільства, включаючи політичні цінності, ідеї, інтереси, ставлення мас до політики держави, що проводиться на різних історичних етапах її розвитку, у вигляді численних форм політичної поведінки громадян, і вплив цих складових на розвиток і зміст політичного процесу. Автори звертають увагу на залежність психології мас, мотивів поведінки людей, діяльності організацій, рухів, колективів від характеру політичної соціалізації особистості та соціальних груп в умовах тієї чи іншої політичної системи.

Розвиток будь-якого суспільства становить низку складових, які послідовно ведуть суспільство до реалізації.

Стаття надійшла до редакції
9.12.2002 р.

© Кузь О. М., Сахань О. М., 2003

лізації певних цілей і потребують всебічного вивчення та урахування їх для ефективного використання. До цих складових належать і політико-психологічні, серед яких політичні цінності, потреби, інтереси, прагнення, сподівання, політичні відчуття, емоції, настрої, думки, заобовони, надії, очікування, звички, навички, традиції тощо посідають одне з найважливіших місць.

Звичайно, що розвиток суспільства, як багатомірний процес, включає і зміни у політичній сфері життя. За сучасних умов розвиваються протилежні засади політики: з одного боку, здійснюється її глобалізація, а з іншого — триває процес децентралізації та самоуправління. У ході політичного розвитку суспільства в результаті взаємодії різноманітних політичних сил відбуваються зміни у політичній поведінці, політичній культурі, в самій політичній системі суспільства.

Психологічне відображення політичної дійсності у свідомості людини безпосередньо фіксується у вигляді ціннісних суджень, переживань, вірувань, вольових настанов суб'єктів. Відповідно до них можна робити висновок про стан їх політичної свідомості, про ставлення суб'єктів до політичного процесу, політичної влади, їх мотиви, про ціннісні орієнтації та інші психологічні компоненти політичного життя. Дослідження показують, що деякі важливі політичні події здійснили певний вплив на політичний процес та на свідомість цілого покоління громадян (наприклад, розпад Радянського Союзу з його однопартійною комуністичною системою і створення незалежних держав з різними напрямками політичного розвитку та різними партійними системами або прийняття Конституції України; чеченська війна у Росії чи терористичні акти в США).

Звичайно, жодна значна політична подія не може залишати байдужими людей, не може не вплинути на їх почуття, настрої, погляди. Іноді це призводить до якихось активних політичних дій, перегрупування учасників політичного процесу, що впливає на його зміст або стимулює його розвиток за новим сценарієм, що вже не раз відбувалося в історії людства. Якщо порівняти політичну поведінку середнього громадянина України за часів Радянського Союзу, наприклад у 70 – 80-ті роки, з політичною поведінкою громадянина України на початку 90-х років, у період правового та соціального затвердження суверенності, незалежності та демократії в нашій країні, то перш за все ми побачимо, що радянський громадянин був ідеологізованою людиною. Його участь у політичному житті суспільства була продиктована страхом неминучого покарання владорою за непокору їй або самостійні дії всупереч політичному режиму чи була мотивована потребами кар'єри, звичайно, прихованими. Політична поведінка громадянина української держави на початку 90-х років пояснюється свідомим бажанням зробити особистий

внесок у перетворення політичної системи країни на демократичних засадах. Громадяни сучасної України не мають страху за свої політичні уподобання та їх активне відстоювання, вони відрізняються плюралістичним ставленням до будь-яких політичних поглядів та інтересів. На цьому прикладі ми бачимо, що зміни, які відбулися у політичній сфері країни, відобразилися на змісті політико-психологічних складових суспільства.

Оскільки у свідомості людей домінуючу роль відіграють чуттєві та емоційні, а не раціональні елементи, важко спрогнозувати, передбачити соціальне значення політичних процесів, що мають місце в нашому суспільстві, яке знаходиться на перехідному етапі свого розвитку. Неважко помітити, що певним політичним процесам, явищам, подіям передують відповідні психологічні явища. Зокрема, йдеться про підвищення популярності ідей і лідерів, які ці ідеї поширюють і пропагують. Можна згадати цілковиту зміну відповідних ідеалів, цінностей, норм моралі — всього, що стосується психології багатьох людей. Наприклад, такі зміни відбувалися у передреволюційній ситуації в царській Росії напередодні жовтня 1917 р. або на початку 90-х років, коли розпалася наймогутніша з держав світу — Радянський Союз — і почали створюватися самостійні держави на територіях колишніх республік. Отже, якщо психологічні стани та явища у відповідний спосіб зумовлюють певні політичні події і процеси, то цілком логічно, що й політичні процеси сприяють зміні психологічного стану їх учасників [1, с. 4], тобто в межах суспільства, що розвивається, активізуються політико-психологічні складові, які потребують особливої уваги, перш за все, з боку державних керівників, політичних лідерів, учених.

У кожної людини є своє розуміння політики, свої оцінки та погляди, які становлять "повсякденну свідомість" і можуть бути досить суперечливими. Усі ці орієнтири складаються під впливом багатьох чинників. Деякі з цих психологічних "маркерів" короточасні, інші — набувають форми уподобань. Без цих орієнтирів у свідомості людей жодна держава, партія чи лідер не може впливати на поведінку громадян. Навіть для того, щоб взяти участь у голосуванні на виборах, необхідно визначити пріоритети у цінностях, що пропонуються.

Цінності поділяються на такі, що санкціонуються і культивуються офіційно за допомогою широкої мережі спеціальної системи засобів, які є у державі, і такі, що існують на рівні побутової свідомості, незалежної від тих, що культивуються офіційно. Найчастіше між такими цінностями існує значна неузгодженість, а то й глибокі суперечності. Політичні цінності — це найвищі принципи, що забезпечують злагоду в суспільстві чи в окремих соціальних групах щодо основних цілей і проблем. Це об'єкти, явища, ідеї, процеси політичного життя та їх властивості, до яких

людина ставиться як до того, що задовольняє її соціальні потреби, інтереси, і які залучає до сфери своєї життєдіяльності. Політичні цінності є невід'ємною частиною політичної культури і віддзеркалюються в політичній свідомості людей. На основі політичних цінностей суб'єкти політичного процесу обирають відповідний спосіб поведінки.

В сучасних умовах розвитку українського суспільства, коли здійснюється перехід від авторитарно-бюрократичної системи до демократичної, в суспільстві відбувається переусвідомлення і переоцінка політичних цінностей, що супроводжується ціннісною поляризацією політичної свідомості населення, загостренням протистояння і боротьби між прихильниками політичних цінностей, що сформувались в минулому, і тими, що зароджуються у даний час. Виявляється також прагнення перенести в життя українського суспільства політичні цінності, притаманні західним країнам. Проте не завжди цінності, що склалися на ґрунті політичної практики народів інших країн, є функціональними в українському суспільстві і сприймаються його населенням. Тому бездумне і некритичне запозичення чужих політичних цінностей, спроби вкоренити їх у культуру українського народу не є позитивними [2, с. 384 – 385].

Усвідомлення своїх інтересів та консолідація цінностей політичними партіями та рухами призводить до створення політичних доктрин, ідеологічних конструкцій, які становлять систематизовані, відносно несуперечливі набори політичних цінностей. Політичні доктрини та ідеології допомагають кожній окремій людині ототожнити себе зі своєю політичною групою. Суспільства, як і рухи, партії, об'єднання, групи окремих громадян, не можна уявити без ідеології, тобто системи певних ідей, що їх об'єднують або роз'єднують. Для кожного суспільства характерні певні ідеї, цінності, норми, у тому числі і політичні. Усі вони мають соціальне коріння — історичне, економічне, політичне. Політичні ідеї — не реальність, а уявне бачення людьми тих чи інших явищ, станів, тобто ідеї завжди відрізняються від реальності, вони лише окреслюють бажання людини, спонукають її до дії з метою реалізації ідей, їх перетворення на реально існуючі цінності.

Політичні ідеї, погляди, уявлення, об'єднуючись у певну систему, утворюють політичну ідеологію. Політичні ідеології є різновидом ідеологій, сукупністю певних ідей, норм, цінностей, символів, традицій, які об'єднують людей, спонукають їх до спільної політичної дії, боротьби. Політична ідеологія ґрунтується на потребі у конструктивних, позитивних орієнтирах, які визначають шляхи і засоби наближення до практичної реалізації соціально-економічних і політичних завдань [3, с. 43]. Так, державна символіка, символи партій, організацій, об'єднань,

соціальних груп, національностей, національних меншин тощо поєднують раціональну суть і раціонально трактоване значення тієї чи іншої соціальної цінності з відповідним емоційним рівнем і гостротою її сприйняття і переживання. На думку П. Сорокіна, "червоний колір переслідується не тому, що він червоний, а тому, що він символ думок, бажань і почуттів, які ворожі існуючому ладові". Політична історія підтверджує також думку французького політичного діяча М. Рокара про те, що конфронтація між окремими прошарками суспільства нерідко викликається символами. Отже, політична ідеологія є продуктом спеціалізованої свідомості, яка впливає на політичні зчинки людей лише завдяки мотивованій безпосередній активності громадян, на підставі їх практичної взаємодії між собою та з інститутами влади. Народні маси, соціальні спільноти безпосередньо не створюють ідеології, проте їхні інтереси, уявлення про суспільно-політичне життя є плідним ґрунтом для її формування.

Одним із головних спонукальних мотивів політичної діяльності людей, які беруть участь у політиці, а також тим, за рахунок чого суб'єкти політичного процесу — особистості, соціальні групи, класи, партії, рухи, об'єднання — виявляють своє ставлення до матеріального, соціального та духовного життя, є політичні інтереси. Ці елементи політико-психологічних складових суспільства знаходять свій вияв у тому, що політичні суб'єкти висувають конкретні вимоги до політичної влади, та борються за їх втілення. Політичні інтереси поділяють на індивідуальні та групові, класові та національні, суспільні та державні, партійні та окремих громадських організацій і об'єднань, такі, що виникають стихійно або на основі певних розроблених програм, прогресивні, реакційні, консервативні тощо [4, с. 75]. Так, у системі державної влади політичні партії є тими структурами, які здійснюють представництво політичних інтересів різних соціальних (наприклад, Селянська партія України — СПУ), релігійних (наприклад, Християнсько-демократична партія України — ХДПУ), етнічних (наприклад, Партія слов'янської єдності України — ПСЕУ) груп суспільства та інтересів самої партії. Щодо нашої багатопартійної країни, то більш ніж сто політичних партій, до складу яких входить понад мільйон громадян України, є виразниками як індивідуальних, так і колективних політичних інтересів певної частини нашого народу. Але колективні політичні інтереси лише умовно можна вважати такими, оскільки вони ніколи не будуть штучним поєднанням політичних інтересів окремих учасників політичного життя. Тому перед керівництвом держави стоїть складне завдання — відшукати в політичних інтересах багатьох людей те спільне, єдине, що об'єднує їх на певний, іноді короткий час.

Політична мобільність, що пов'язана зі швидкою та чутливою реакцією людини на зміну політичних умов, властива переважній більшості суб'єктів політики, може призводити як до позитивних, так і до негативних наслідків. Особливо в умовах боротьби різних ідеологій, якими сьогодні перенасичене політичне життя нашої багатопартійної країни. Складними виявилися і дотепер даються взнаки процеси, зумовлені психологічною несумісністю громадян, світогляд яких сформувався на основі фактично діаметрально протилежних ідеологій. Найяскравішим прикладом прояву політико-психологічних складових розвитку сучасного суспільства є ситуація, яка свого часу виникла у процесі об'єднання Західної і Східної Німеччини. Як відомо, ці дві частини Німеччини різнилися рівнем і якістю життя їх громадян. Подібне спостерігається й у вітчизняній історії, коли становлення української державності значною мірою ускладнюється саме через особливості психологічного складу, різну ментальність громадян, скажімо, Західної і Східної України. Тому громадяни країни відчують гостру потребу в чіткій орієнтації, а політичні лідери — у чіткій концептуальній підставі політичних рішень, які вони ухвалюють.

Для сучасного політичного життя характерне панування суперечливих та швидкоплинних настроїв мас, які висловлюють своє невдоволення політичними структурами, окремими політичними лідерами, що нагнітають пристрасті, але, як правило, не пропонують конкретних механізмів і шляхів виходу зі складного становища. Розбіжність між словом і справами долається на користь слова. Останнє за умов мітингової, безперервної демократії розпалює нагніт, психологічно заряджає його на пошук чергових "ворогів". Так, останнім часом парламентська опозиція визначила головного з "ворогів" сучасного розвитку суспільства — Президента країни. Нею розпочато політичну кампанію щодо розпалювання недовіри до голови держави. Заклики до його звільнення з посади поглиблюють почуття занепокоєння, відчуття небезпеки, ненависті, а сподівання на поліпшення життя відсувають на другий план. Усе це може мати небезпечні наслідки, якщо в політичній поведінці не враховувати психологію мас, мотиви, інтереси, потреби, політичні настанови в поведінці людей, у діяльності організацій, рухів, колективів.

Формування, розвиток та прояви цих складових розвитку суспільства пов'язані із соціалізацією особистості та соціальних груп. У різні історичні епохи та у різних народів цей процес має свої особливості, що впливає на зміст політико-психологічних складових розвитку суспільства.

Сьогодні активна участь широких верств населення у політичному житті, зростання інтересу до політики відбиває глобальну тенденцію світового

розвитку. Вхідження до складного світу політики нових поколінь передбачає формування в них певного ставлення до політичних цілей, які вони застосовують у конкретному суспільстві. Людина вступає у політичні відносини з певним рівнем психічних якостей, менталітетом, що дає їй змогу по-своєму сприймати політичне буття.

До 80-х років XX ст. в Радянському Союзі домінував гегемоністський тип політичної соціалізації, пов'язаний з активним протиставленням цінностей комунізму та капіталізму. Була створена система політичної соціалізації, яка дозволяла контролювати процес трансляції політичних цілей КПРС у внутрішню структуру особистості, починаючи з дитинства і закінчуючи дорослим життям. Усі інститути соціалізації — сім'я, дошкільні заклади, школи, вищі навчальні заклади, дитячі та молодіжні організації, КПРС — уособлювали механізм єдиної системи політичного виховання. Оскільки політику як галузь відносин і форму діяльності людей монополізувала верховна партійна влада, то передні громадяни сприймалися як неполітичні істоти, зливалися й губилися у політичному процесі, перетворювалися на об'єкт і засіб політико-психологічного маніпулювання. Вихід з цього становища вони бачили у сподіваннях на краще майбутнє. Психологія жертвовності поширювалася й укорінювалася у свідомості мас, а в поєднанні з психологією бідності потребувала авторитарного правління. Відсутність самостійного мислення не сприяла опору тоталітарному політичному режимові. Однак, незважаючи на можливості тотального контролю за процесом соціалізації, набуття певними соціальними групами рис політичного суб'єкта відбувалося на основі ліберальних цінностей, які відрізнялися від комуністичних. До таких груп можна віднести творчу інтелігенцію, працівників торгівлі, дипломатів та ін.

Руйнування КПРС та комуністичної ідеології як офіційної, державної ідеології на початку 90-х років спричинило ліквідацію попередньої системи політичної соціалізації. Наше суспільство опинилося у стані політичної аномії, тобто політичної нерегульованості, коли стара система цінностей дискредитована (хоча на неї орієнтується значна група населення), а нові політичні цінності (ліберальні) поки що не "підкорили" широкі верстви населення. Колишні агенти політичної соціалізації зараз визнають різні політичні переваги, причому часто кон'юнктурні та егоїстичні. Так, наприклад, інститут сім'ї останнім часом є надто нестійким утворенням, а його члени політично наївні, щоб суттєво впливати на формування політичних передбачень дитини. Сьогодні важко назвати й організації, які займаються політичним вихованням населення. Більше того, ще не вирішена проблема, кого та як "виховувати" у політичному плані.

Поки громадянське суспільство в Україні не сформувалося, багатопартійна система країни теж не має достатніх підстав для ефективною соціалізації населення. Партії зайняті більше обслуговуванням групових інтересів керівництва, ніж серйозною політико-виховною роботою серед мас.

Найбільші можливості для формування політичних уподобань індивідів концентруються в руках засобів масової інформації (ЗМІ). Але в умовах ринку, коли існування ЗМІ залежить від тиражу, засобів та обсягу фінансування, від смаків та переваг споживачів їх "продукції", їх пряме значення змінюється. ЗМІ більш зацікавлені в сенсаціях та скандалах, які можуть привабити нових читачів, а значить і гроші.

Відсутність цілісної системи політичної соціалізації особистості призвела до того, що політичні позиції індивідів обумовлюються не впливом лідерів, ЗМІ, партій, а їх економічним становищем. У сучасних умовах розвитку суспільства найсуттєвішим чинником політичної соціалізації є конкретні економічні (наприклад, курс долара) та політичні події, що змінюють становище індивідів.

Отже, наша країна в сучасних умовах розвитку суспільства перебуває у стані кризи системи політичної соціалізації, що, безумовно, впливає на зміст політико-психологічних складових розвитку сучасного суспільства. Так, поява нових груп інтересів, які ігнорувалися політичними інститутами, що самі довгий час перебували у стадії перебудови, призвела до порушень у механізмі трансляції політичних ідеалів і цінностей від покоління до покоління. Зміни в економічній та соціальній сферах життя спричинили зміни в освіті, культурі, стилі життя, системі цінностей різних груп населення, масовій поведінці, загальном у масовій психології.

Політика притягує людину до себе безлічно сторін, багато в чому невідомих та цікавих, і те, як окрема людина чи маси сприймають її та виявляють своє ставлення до тих чи інших політичних подій, які з елементів політико-психологічних складових суспільства домінують чи перебувають у тіні, стає предметом дослідження науки та практики, бо нехтування цими складовими може призвести до вкрай негативних наслідків, аж до руйнування суспільства.

Література: 1. Головатий М. Ф. Політична психологія: Навч. посіб. — К.: МАУП, 2001. — 244 с. 2. Політологічний енциклопедичний словник: Навч. посіб. для студентів вищ. навч. закладів. — К.: Генеза, 1997. — 400 с. 3. Словник соціологічних і політологічних термінів: Довідк. вид. / Укл.: В. І. Астахова, В. І. Даниленко, М. І. Панов та ін. — К.: Вища шк., 1993. — 156 с. 4. Політологічний словник / За ред. проф. В. І. Астахової та проф. М. І. Панова. — Харків: Прапор, 1997. — 200 с.

УДК 631.15/16

Котляров Л. Д.

ДЕЯКІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМ МЕХАНІЗМОМ АГРАРНОГО ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

У 2000 році в Україні 14 020 підприємств викидали шкідливі речовини в атмосферу, воду і землю. Сьогодні із забрудненням навколишнього середовища необхідно боротись за допомогою екологічних податків. Підприємства, які не забруднюють навколишнє середовище, потрібно преміювати з особливого фонду за рахунок коштів, одержаних від екологічного податку та штрафів.

В Україні прийнятий Закон "Про охорону навколишнього середовища", а також інші нормативні документи (уряду, міністерств тощо), які спрямовані на охорону навколишнього середовища. Однак, незважаючи на це, багато підприємств продовжують забруднювати довкілля. Так, у 2000 році в Україні 14 020 підприємств викидали в атмосферу шкідливі речовини, об'єм яких становив 3 953,4 тис. тонн, а викиди одним підприємством в середньому становили 282 тонни [1, с. 238]. Але є регіони, де викиди більші в 1,5 – 4,5 рази.

За даними статистики, кількість викидів шкідливих речовин зменшилась. Так, якщо в 1990 році викидалося в атмосферу 9 439,1 тис. тонн, то в 2000 році — 3 953,4 тис. тонн [1, с. 237]. Чому ж відбулося зменшення викидів в атмосферу? Автор вважає, що це пов'язано з економічною кризою, яка зумовила спад промислового виробництва, що призвело до скорочення обсягу споживання ресурсів, а отже, й до зменшення викидів шкідливих речовин.

Про спад виробництва у 1990 – 2000 роках свідчать такі дані: виробництво електроенергії скоротилось з 298 млрд. кВт·год у 1990 році до 171 млрд. кВт·год у 2000 році, або в 1,7 рази, виробництво вугілля відповідно скоротилося більш, ніж у 2 рази, мінеральних добрив — більш, ніж у 2 рази, цементу — у 4,3 рази тощо [3, с. 234 – 236]. В окремих регіонах видобуток вугілля, нафти тощо знизився ще більше. Розрахунки, проведені автором, показують, що якби обсяг виробництва продукції сьогодні в Україні був на рівні 1990 року, то викиди становили б 9 448,6 тис. тонн, а це на 9,5 тис. тонн більше, ніж викидалося в 1990 році. Це пов'язано з

використанням застарілих технологій, обладнання тощо.

Як виглядає забруднення в Харківському регіоні? Про це говорять цифри. Якщо в 1990 році викиди шкідливих речовин в атмосферу становили 674,5 тис. тонн, то в 2000 році — 267,7 тис. тонн. Але тут, як і в цілому по Україні, зниження відбулося через те, що підприємства в результаті кризи значно скоротили виробництво. Якби випуск продукції в 2000 році був на рівні 1990 року, то викиди шкідливих речовин в атмосферу навіть збільшилися б, і не тільки в атмосферу, але й у воду і землю.

Аналізуючи стан навколишнього середовища, вчені-економісти визначають наступне. Наприклад, доктор економічних наук А. Федорищева та інші вважають, що роль державного втручання повинна виявлятися в контролі за нормативами регулювання викидів [2, с. 74 – 79]. Ленюва М. Н. у статті "Природно-кліматичні умови, ґрунтове покриття та земельні ресурси" [3, с. 691 – 697], Колтун В. С. у статті "Охорона навколишнього природного середовища" [4, с. 288 – 291] пишуть про забруднення водних ресурсів, незадовільний стан питної води, деградацію та погіршення землі (маються на увазі отруйні ґрунти) тощо. Вони також відзначають неадекватність господарського механізму.

В умовах командної економіки господарський механізм погано вирішував проблеми охорони природи. Існуючий механізм стимулювання раціонального використання природних ресурсів і охорони природи мав незначну силу дії; а механізм компенсаційних виплат за вилучення земель із сільськогосподарського використання якщо й працював, то гроші надходили до Агропромбанку. З банку вони повинні були направлятися на капітальний ремонт і реконструкцію зрушуваних систем, рекультивацію земель, на меліорацію тощо. Але ці гроші не завжди використовувались за призначенням. Крім того, згідно зі статтею 90 старого Земельного кодексу (1990 р.), частина грошей спрямовувалась до Державного бюджету України, що, на думку автора, є не досить правильним.

Такий господарський механізм не в змозі був повністю задовольнити потреби управління в умовах командної економіки. У процесі переходу до ринку функції управління аграрним природокористуванням розширюються і ускладнюються і тому, на думку автора, необхідно вдосконалювати старий господарський механізм, доповнюючи його методами ринкового типу.

В Україні прийнято Закон "Про плату за землю" та Закон "Про оренду землі". Так, Законом України "Про плату за землю" було визначено, що платежі за землю зараховуються на спеціальні бюджетні рахунки місцевих Рад народних депутатів, на тери-

торії яких знаходяться земельні ділянки, і можуть використовуватись виключно для фінансування заходів щодо раціонального використання та охорони земель, підвищення родючості ґрунтів, землеустрою тощо.

В Указі Президента України від 3 грудня 1999 р. "Про невідкладні заходи щодо прискорення реформування аграрного сектора економіки" передбачено застосування спрощеного порядку реєстрації договорів передачі в оренду земельного та майнового паку [5]. Це дуже важливо, оскільки даний порядок сприятиме подальшому розвитку земельно-орендних відносин на селі.

Слід зазначити, що в умовах командної економіки земля належала державі. Вона була монополістом. Сьогодні за наявності різноманітних форм власності і господарювання є можливість застосовувати економічні механізми управління природокористуванням. Важливим важелем механізму є економічне стимулювання раціонального використання земель і виробництва сільськогосподарської продукції.

У розвинутих країнах уряд робить великий внесок у підвищення ефективності сільськогосподарського землевикористання і виробництва продукції сільського господарства. Так, у Франції за рахунок держави покриваються витрати: на зволоження — 52%, на будівництво систем подачі води — 44%, на електрифікацію — 45%, на будівництво доріг у сільській місцевості — 38%. У Німеччині було побудовано 60 тис. км доріг у сільській місцевості, 48% усіх витрат на які фінансувались із федерального і земельного бюджетів країни. В Японії 60% витрат на створення виробничої інфраструктури були державними [6, с. 43 – 44].

В Україні необхідно використовувати такі економічні методи стимулювання раціонального природокористування і ефективності сільськогосподарського виробництва, як участь держави у фінансуванні витрат на розвиток виробничої та соціальної інфраструктури, виділення державою пільгових кредитів під 12 – 15% річних для придбання факторів виробництва, регулювання цін на фактори виробництва (промислову продукцію), оскільки вони дуже високі. В Україні не рік і не два, а роками спостерігається диспаритет цін на промислову і сільськогосподарську продукцію. Ціни стримують розвиток підприємництва на селі, в той час як необхідно заохочувати вітчизняних товаровиробників до виробництва екологічно чистої сільськогосподарської продукції і сприяти підготовці та перепідготовці кадрів (особливо фермерів).

В Україні прийнято новий Земельний кодекс. У статті 205 записано [7], що економічне стимулювання раціонального використання та охорони земель включає: надання податкових і кредитних пільг гро-

мадянам та юридичним особам, які здійснюють за власні кошти заходи, передбачені загальнодержавними та регіональними програмами використання і охорони земель; виділення коштів з державного або місцевого бюджету громадянам та юридичним особам для відновлення попереднього стану земель, порушеного не з їх вини; звільнення від плати за земельні ділянки, що перебувають у стадії сільськогосподарського освоєння або поліпшення їх стану згідно з державними та регіональними програмами; компенсацію з бюджетних коштів зниження доходу громадян та юридичних осіб внаслідок тимчасової консервації деградованих та малопродуктивних земель, що стали такими не з їх вини. Це, на думку автора, дуже важливо.

Із забрудненням навколишнього середовища необхідно боротися за допомогою екологічних податків. У промислово розвинутих країнах світу підвищується значення екологічних податків. Наприклад, частка екологічних податків (у відсотках) від усіх коштів, які надходили від оподаткування у 1993 році, склала у Франції — 5,4%, Німеччині — 4,9%, Італії — 9%, Великобританії — 8,2%. В цілому частка екологічних податків у розвинутих країнах у 1993 році склала 6,7%, в Україні у 1999 році — 0,008% [6; 1].

Необхідно удосконалювати екологічне оподаткування в нашій країні як для підприємств промислового, так і сільськогосподарського профілю. Потрібно ширше впроваджувати податок на екологічно шкідливу у вживанні промислової та сільськогосподарської продукції. Більшість промислово розвинутих країн уже запровадили цей податок.

Потрібно використовувати платню за спеціальне використання природних ресурсів. Платня повинна бути науково обґрунтованою, але для цього потрібно готувати спеціалістів з економічної оцінки природних ресурсів.

Автор згоден з висловлюванням професора С. Сіякович (м. Львів) про те, що екологічний податок доцільно встановлювати згідно з розміром шкоди, заподіяної навколишньому середовищу та природним ресурсам.

В Україні є підприємства, які не забруднюють навколишнє середовище. За це, на думку автора, потрібно преміювати, але для цього необхідно створити особливий фонд за рахунок коштів, одержаних від екологічного податку та штрафів.

Наприкінці слід зазначити, що в сучасних умовах доцільно застосовувати новий економічний механізм природокористування — це впровадження у повному обсязі та вдосконалення екологічного оподаткування. Розмір податку повинен бути адекватним розміру шкоди, заподіяної навколишньому середовищу. Потрібно, щоб до економічного механізму

була залучена держава, яка взяла б на себе фінансування витрат на розвиток виробничої і соціальної інфраструктури, виділяла б господарствам (фермерам) пільгові кредити під 15% річних, здійснювала б регулювання цін на промислову продукцію для села та ін. Скорочення викидів шкідливих речовин дасть можливість одержувати екологічно чисту сільськогосподарську продукцію.

Література: 1. Україна у цифрах у 2000 р. — К.: Техніка, 2001. — С. 238; С. 237; С. 234 — 236. 2. Федорищева А., Бугрим О. Техногенно-екологічна ситуація в Україні та управління рівнем її безпеки // Економіка України. — 1998. — №5. — С. 74 — 79. 3. Ленюва М. Н. Природно-кліматичні умови, ґрунтове покриття та земельні ресурси // Ринкова трансформація економіки АПК / За ред. П. Т. Саблука та ін. — К.: ІАЕ, 2002. — С. 691 — 697. 4. Колтун В. С. Охорона навколишнього природного середовища // Ринкова трансформація економіки АПК / За ред. П. Т. Саблука та ін. — К.: ІАЕ, 2002. — С. 288 — 291. 5. Указ Президента України "Про невідкладні заходи щодо прискорення реформування аграрного сектора економіки" // Урядовий кур'єр. — 1999. — 8 грудня. — №230. 6. Андреева Н. Государственное регулирование сельского хозяйства в развитых странах // Проблемы теории и практики управления. — 1993. — №3. — С. 43 — 44. 7. Земельний кодекс України // Урядовий кур'єр. — 2001. — 15 листопада. — №211 — 212.

Стаття надійшла до редакції
6.03.2003 р.

УДК 330.322 (477.6)

Малишко О. В.

ТЕРИТОРІЇ ПРІОРИТЕТНОГО РОЗВИТКУ: СИНТЕЗ ПОКАЗНИКІВ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ

Висвітлено недоліки існуючих методик оцінки інвестиційної привабливості регіонів. Запропоновано інтегральний коефіцієнт інвестиційної привабливості територій для банку. Виконано ранжування територій пріоритетного розвитку за рівнем інвестиційної привабливості для банку. Запропоновані додаткові коефіцієнти як складові інтегрального коефіцієнта та колективне поручительство для суб'єктів малого бізнесу, що відбиває специфіку кредитування інвестиційної діяльності.

Зараз в Україні вкрай загострилася проблема пожвавлення інвестиційного процесу та стимулювання інвестиційної діяльності. Відправною точкою у цих процесах є оцінка інвестиційної привабливості регіонів та територій, особливо тих, що перебу-

вають у депресивно-кризовому стані. Але на рівні регіональної економіки роль банків як стимуляторів інвестиційної діяльності не акцентувалася. Аксіоматично, що умовою видачі комерційним банком довгострокового кредиту підприємству в інвестиційну діяльність є наявність прийнятних для банку гарантій. Як вказують фахівці, для нашої країни надзвичайно важливо, "щоб подальша трансформація її економіки базувалася на системі гарантій" [1]. У той же час наявність регіональних гарантій — основний фактор інвестиційної привабливості територій. Методика визначення пріоритетних з точки зору ефективності інвестування регіонів України І. А. Бланка [2; 6] є лише орієнтиром для ухвалення відповідних інвестиційних рішень як для вітчизняних, так і для західних підприємств та банків, однак вона не враховує інтересів банків на рівні регіональної економіки. Комплексна методика визначення сталості господарської системи регіону Я. В. Хоменко [3], яка базується на моделюванні ранжованого ряду приростів, що є нетрадиційним, може також вважатися такою, що не враховує інтересів банків на рівні регіональної економіки.

Тому потрібна нова методика визначення інвестиційної привабливості територій для банків у межах вже розрахованих рейтингів інвестиційної привабливості регіонів України (наприклад, вищеназваних).

Метою даної статті є виявлення найбільш інвестиційно привабливих для регіональних банків територій пріоритетного розвитку на основі запропонованої методики їх ранжування за величиною інтегрального коефіцієнта інвестиційної привабливості цих територій на прикладі Донецького регіону. Ця методика відрізняється від інших методик тим, що інтегральний коефіцієнт інвестиційної привабливості територій враховує не тільки інтереси територій або інвесторів [4], підприємств та економіки в цілому [5], а й інтереси банку, що фінансує інвестиційні проекти на цих територіях.

Інтегральний коефіцієнт інвестиційної привабливості територій конструюється з п'яти усереднених коефіцієнтів, виведених з п'яти питомих показників, які відбивають фактори інвестиційної привабливості. Питомі показники розраховуються як відношення величини фактора у порівнянних цінах до кількості населення даної території. Кожний з п'яти усереднених коефіцієнтів розраховується шляхом ділення питомого показника даної території на середнє значення питомого показника на всіх територіях. Кожному усередненому коефіцієнту надається вага, яка відбиває його важливість і значимість у загальній оцінці інвестиційної привабливості територій. Сума добутків ваг усереднених коефі-

цієнтів та їхніх значень дозволяє отримати інтегральний коефіцієнт інвестиційної привабливості територій з урахуванням інтересів банків. На основі величин інтегрального коефіцієнта можна проранжувати території за рівнем їх інвестиційної привабливості для банку. Територія з найменшим значенням рангу і буде вважатися найбільш привабливою для банку, який бере участь у стимулюванні інвестиційної діяльності на територіях пріоритетного розвитку шляхом довгострокового кредитування.

Основними факторами інвестиційної привабливості територій для банку можуть бути:

сума інвестиційних проектів, схвалених до реалізації на відповідній території Радою з питань спеціальних економічних зон і спеціального режиму інвестиційної діяльності у Донецькій області;

обсяг продукції, виробленої підприємствами, що впроваджують інвестиційні проекти на відповідних територіях;

сума податкових пільг, отриманих підприємствами, що впроваджують інвестиційні проекти на відповідних територіях;

сума відрахувань до бюджетів усіх рівнів від підприємств, що впроваджують інвестиційні проекти на відповідних територіях;

сума кредитних вкладень у національній та іноземній валюті в банківські установи на відповідних територіях пріоритетного розвитку.

Інтегральний коефіцієнт інвестиційної привабливості територій з урахуванням інтересів банків розраховується за формулою:

$$K_{\text{итп}} = \sum_{i=1}^5 K_i \times w_i$$

де K_i — усереднений коефіцієнт інвестиційної привабливості території пріоритетного розвитку з точки зору банку;

w_i — вага відповідного коефіцієнта.

Зазначимо, що ваги усіх усереднених коефіцієнтів визначаються на основі досвіду експертів. У табл. 1 наведено приклад розрахунку усереднених коефіцієнтів за першим фактором.

Алгоритм розрахунків за іншими факторами інвестиційної привабливості аналогічний наведеному в табл. 1. Тому опишемо стисло економічний зміст кожного з усереднених коефіцієнтів.

Коефіцієнт суми інвестицій на душу населення K_1 є важливим показником, що відбиває величину вже залучених інвестицій на відповідну територію. Він відображає поточний рівень інвестиційної привабливості території при поточному стані всіх видів її інфраструктури. Кількісно його можна оцінити в 0,4.

Таблиця 1

Розрахунок коефіцієнтів суми інвестицій станом на 1.04.2001 р.

№ п/п	Найменування території	Сума інвестицій, млн. дол.	Населення, млн. чол.	Питомий показник суми інвестицій на душу населення, дол.	Коефіцієнт суми інвестицій на душу населення K_1 (кол. 5/ряд. 29, кол. 5)
1	2	3	4	5	6
1.	Артемівськ	11,992	0,1134	105,75	0,529
2.	Донецьк	308,545	1,0331	298,66	1,495
3.	Горлівка	143,694	0,3149	456,32	2,285
4.	Дзержинськ	7,2	0,0871	82,66	0,414
5.	Димитрове	1,5	0,0555	27,03	0,135
6.	Добропілля	5,794	0,0718	80,70	0,404
7.	Єнакієве	87,063	0,1618	414,48	2,075
8.	Жданівка	1,3879	0,0148	93,78	0,470
9.	Кіровське	7,8	0,0309	252,43	1,264
10.	Костянтинівка	1,003	0,0952	10,54	0,0528
11.	Краматорськ	24,847	0,2162	114,00	0,570
12.	Красноармійськ	77,434	0,0831	931,82	4,666
13.	Красний Лиман	0	0,0298	0	0
14.	Макіївка	17,024	0,4332	39,30	0,197
15.	Маріуполь	87,611	0,5148	170,18	0,852
16.	Новоградівка	0	0,0175	0	0
17.	Селидове	0	0,0627	0	0
18.	Слов'янськ	5,992	0,1468	40,82	0,204
19.	Сніжне	5,0	0,0827	60,46	0,303
20.	Торез	1,2	0,0959	12,51	0,0626
21.	Вугледар	0	0,0175	0	0
22.	Шахтарськ	0	0,0716	0	0
23.	Амвросіївський р-н	1,171	0,0551	21,25	0,106
24.	Волноваський р-н	11,307	0,0926	122,11	0,611
25.	Костянтинівський р-н	2,844	0,0211	134,79	0,675
26.	Мар'їнський р-н	9,526	0,0905	105,26	0,527
27.	Слов'янський р-н	8,854	0,0392	225,87	1,131
28.	Разом	808,5889	4,0488		
29.	Середнє значення питомого показника з усіх територій (ряд. 28, кол. 3/ряд. 28, кол. 4)			199,72	

Коефіцієнт обсягу продукції на душу населення K_2 є другим за важливістю показником, що відбиває продуктивність праці та поточний рівень господарювання на відповідній території. Кількісно його оцінено в 0,3.

Коефіцієнт суми податкових пільг на душу населення K_3 є таким же важливим показником, як і K_1 . Важливість його виявляється у відображенні потенційної присутності на відповідній території ефективних суб'єктів господарювання, що внаслідок повномасштабного використання усіх наданих за законом пільг будуть упроваджувати найбільш швидкоокупні і високоприбуткові інвестиційні проєк-

ти. Останнє означає, що банк буде більш схильним до кредитування таких проєктів під меншу, ніж звичайно, процентну ставку. Кількісно його оцінено в 0,4.

Коефіцієнт суми відрахувань до бюджетів усіх рівнів на душу населення K_4 є неоднозначним за важливістю показником. Він відбиває, з одного боку, вплив бюджетотворюючих підприємств на відповідній території, що впроваджують інвестиційні проєкти. По-друге, цей коефіцієнт відбиває період окупності інвестиційних проєктів, а разом з цим — зменшення строку погашення кредитів суб'єктами господарювання, якщо їх кредитує банк. Кількісно його оцінено в 0,25.

Коефіцієнт суми кредитних вкладень у національній та іноземній валюті банківських установ на територіях пріоритетного розвитку на душу населення K_5 є надзвичайно важливим показником для кредитування банком саме інвестиційних проєктів. Він містить, з одного боку, оцінку банками рівня інвестиційної привабливості території, на якій реалізується інвестиційний проєкт із залученням кредитних коштів. По-друге, цей коефіцієнт побічно відбиває експортний потенціал території і можливість видачі гарантій повернення кредиту під заставу експортної продукції, виробленої за регіональним замовленням. Кількісно його оцінено в 0,35 у випадку, якщо на відповідній території відсутні залишки кредитних вкладень в іноземній валюті; в 0,4 — якщо вони наявні і їх сума складає менше 40% від загальних вкладень; у 0,5 — якщо вони наявні і їх сума перевищує 40% від загальних вкладень.

У табл. 2 наведено отримані за розрахунками результати ранжування.

Таблиця 2

Ранжування територій пріоритетного розвитку за рівнем інвестиційної привабливості на основі інтегральних коефіцієнтів інвестиційної привабливості їх з урахуванням інтересів банків

Найменування території	Інтегральний коефіцієнт інвестиційної привабливості територій $K_{\text{інт}}$	Ранг/рівень
1	2	3
Красноармійськ	10,744	1
Донецьк	3,680	2
Кіровське	4,715	3
Єнакієве	2,840	4
Горлівка	2,380	5
Маріуполь	1,370	6
Волноваський р-н	0,827	7
Костянтинівка	0,820	8
Слов'янський р-н	0,790	9
Краматорськ	0,502	10
Артемівськ	0,480	11

Закінчення табл. 2

1	2	3
Добропілля	0,441	12
Макіївка	0,415	13
Костянтинівський р-н	0,375	14
Мар'їнський р-н	0,325	15
Жданівка	0,188	16
Дзержинськ	0,178	17
Слов'янськ	0,154	18
Сніжне	0,150	19
Селидове	0,141	20
Димитрове	0,101	21
Торез	0,077	22
Амвросіївський р-н	0,073	23
Шахтарськ	0,042	24
Красний Лиман	0,0043	25
Новоградівка	0	26
Буглар	0	27

У сімці лідерів за рівнем інвестиційної привабливості для банків увійшли такі міста, як Красноармійськ, Донецьк, Кіровське, Єнакієве, Горлівка і Маріуполь, а з районів — тільки Волноваський район. Оскільки бракувало показників за деякими територіями, довелося привласнювати відповідним усередненим коефіцієнтам нульові значення. Дослідження дало можливість зробити такі висновки:

1) інтереси банків повинні бути враховані в процесі оцінки інвестиційної привабливості територій, оскільки банки є інститутами, що фінансують інвестиційну діяльність підприємств;

2) сформована за результатами ранжування сімка територій-лідерів відображає реальні потоки інвестиційного капіталу за даними Донецького обласного управління статистики станом на перше півріччя 2002 р.;

3) для суб'єктів малого бізнесу, які розташовані на територіях пріоритетного розвитку, дуже проблематично отримати банківський кредит в інвестиційну діяльність.

Таким чином, хоча території пріоритетного розвитку і були проранжовані за рівнем інвестиційної привабливості для банків, для отримання більш точних результатів п'яти показників недостатньо. Тому пропонується увести до складу інтегрального коефіцієнта коефіцієнт суми-застави- (K_6) і коефіцієнт суми гарантій банкам, що фінансують інвестиційні проекти на даній території (K_7) , які разом складають дуальну пару. Економічне значення показників K_6 і K_7 , як дуальної пари полягає в тому, що довгострокові кредити банків у інвестиційну діяльність в Україні не можуть на практиці забезпечуватися, тільки у формі застави чи гарантії; ці кредити потребують подвійного забезпечення. Для суб'єктів малого підприємництва на територіях пріоритетного розвитку, які мають намір реалізувати інвестиційні проекти за участю банківського капіталу, пропонується колек-

тивне поручительство як форма забезпечення зобов'язань за кредитами в інвестиційну діяльність.

Мета впровадження колективного поручительства — стимулювання утворення, накопичення, продуктивного використання, нарощення та утримання інвестиційного капіталу територій у межах конкретної виробничо-територіальної системи. При цьому буде забезпечуватися розширене відтворення на територіях пріоритетного розвитку шляхом розквіту малого підприємництва, що, у свою чергу, сприятиме збільшенню кількості робочих місць та податкових надходжень до бюджетів усіх рівнів. Регіональні та місцеві банки отримають прийнятні гарантії і нових клієнтів, які згодом зможуть стати підприємствами з доброю кредитною історією.

Технологія надання колективного поручительства така. Банк формує групу дрібних підприємств, які прагнуть реалізувати інвестиційні проекти за участю банківського капіталу в рамках спеціального режиму інвестиційної діяльності, з метою взаємного поручительства у межах даної групи. Під терміном "дрібний підприємець" тут мається на увазі приватний підприємець без створення юридичної особи або керівник мікропідприємства. Мікропідприємством, згідно з Указом Президента України №456/98, вважається таке підприємство, обсяг виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) якого не перевищує 250 тис. грн. на рік. Кожен із членів групи бере кредит у банку і виступає поручителем за кредитами, взятими іншими членами групи. Додатково гарантією банку може бути видача кожним підприємцем простого векселя на користь банку на суму взятого ним індивідуально кредиту. Від кожного поручителя вимагається негайна сплата обговореної частки кредиту за будь-якого позичальника групи у випадку, якщо останній перестав виплачувати основний борг та/або відсотки. Виконання поручительства є умовою для продовження співробітництва банку з цілою групою малих підприємств або мікропідприємств. Вкрай важливим у запропонованій схемі є рівень довіри між членами групи, які повинні добре знати не тільки ділові, але й людські якості один одного. Ці якості можуть і повинні бути ідентифіковані штатним психологом банку шляхом стандартних психологічних тестів, апробованих у практиці управління персоналом в Україні.

Якщо хоча б один з членів групи займається зовнішньоекономічною діяльністю, що пов'язана із закупівлею імпортного комплектного технологічного обладнання, то питання гарантій набуває ще більшого значення. Стає актуальним застосування гарантій першої вимоги, а саме гарантії контрактних зобов'язань та гарантії повернення авансового платежу. Якщо колективне поручительство у межах групи доведе банку свою ефективність в процесі

кредитування інвестиційних проектів без імпортової складової, то банк може знизити тарифи на видачу таких гарантій для суб'єктів малого підприємництва, що робить даний інструмент доступним для них. Як варіант банк може розробити групові тарифи на видачу гарантій, які могли б застосовуватися тільки для учасників групи. Це може бути напрямком подальшого дослідження.

Література: 1. Мартиненко В. Інвестиційний потенціал України: проблеми виміру та оцінок // Вісник НБУ. — 2000. — Лютий. — С. 61. 2. Колосов А. Інвестиційна привабливість і економічна характеристика регіонів України // Бизнес-Информ. — 1997. — №24. — С. 37 — 39. 3. Хоменко Я. В. Методологические подходы к оценке инвестиционной привлекательности региональных хозяйственных систем. — Донецк: ИЭПИ НАН Украины, 1999. — 28 с. 4. Писмак В. П. Региональные аспекты специального режима инвестирования: теория и практика, проблемы и решения. — Донецк, 2000. — 256 с. 5. Василенко В., Крафт О. Специальный режим инвестирования как элемент переходного периода // Економіст. — 2001. — №6. — С. 48 — 51. 6. Гамалій Д. Оцінка інвестиційної привабливості регіонів України // Вісник НБУ. — 1998. — Грудень. — С. 51 — 54.

Стаття надійшла до редакції
15.12.2002 р.

УДК 628.337.001.57:681.5

Мануйлов М. Б.,
Шевченко А. К.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ РЕКРЕАЦИОННЫХ ЗОН ВОДНЫХ ОБЪЕКТОВ

Построена математическая модель процесса управления эколого-рекреационными (Э-Р) системами, позволяющая осуществлять прогнозное моделирование процесса, а также оптимальное управление Э-Р системами, что дает высокий экономический эффект при функционировании курортов.

Важнейшей проблемой функционирования курортов является обеспечение необходимого качества воды в его рекреационной зоне, то есть поддержание гомеостаза. Определимся с понятием гомеостаза эколого-рекреационного (Э-Р) объекта. Существование любого курорта возможно при выполнении необходимого условия — невозможности возникновения

эпидемиологической ситуации, а также достаточного условия: на протяжении всего курортного периода вода в пляжных зонах должна соответствовать предельно-допустимым концентрациям загрязнений. Следовательно, уровней гомеостаза два: *первый уровень*, при котором содержание загрязнений в воде не должно быть большим критического, при превышении которого естественные биологические фильтры прекращают очистку и самоочистка объектов происходит только за счет водообмена. В данной ситуации могут возникнуть благоприятные условия для развития бактерий — кишечной палочки, дизентерии и тому подобных, иначе говоря, появляется опасность вспышки эпидемии. *Второй уровень* гомеостаза — поддержание некоторого задаваемого уровня качества воды в зависимости от возможностей курорта.

Рассмотрим уравнение, описывающее качественное состояние Э-Р зоны моря в зависимости от времени и факторов, влияющих на неё:

$$\frac{d\varphi}{dt} = G(t) - F(t) + \zeta(t) \leq \varphi_{\max}^{(I,II)}, \quad (1)$$

где $\varphi(t)$ — некоторое состояние Э-Р зоны моря, или общий показатель качества воды;

$\varphi_{\max}^{(I,II)}$ — гранично допустимое значение, нарушение которого приводит к выходу системы из гомеостаза первого или второго уровней;

$G(t)$ — функция агрессии, формирующаяся из суточно-периодических факторов, основные из которых: рекреационные нагрузки — загрязнения, попадающие в водный объект при купании с тел отдыхающих (пот, кремы от или для загара), данная нагрузка носит периодический характер, максимум — середина дня, минимум — ночное время; стоки предприятий общественного питания и промышленных предприятий (также является суточно-периодическим фактором, что обусловлено режимом их работы); осаждающиеся аэрозоли техногенного происхождения, привносимые в рекреационную зону моря [1; 2]; моечные воды, образующиеся при уборках дорожных покрытий (их появление регламентируется режимом работы соответствующих служб);

$F(t)$ — функция защиты, формируется за счет следующих факторов: уменьшения концентрации загрязняющих веществ за счет разбавления, что зависит от объемов воды, составляющих рекреационную зону моря, силы и направления течения, волновой активности моря и объемов естественных биофильтров (для побережья Черного моря — это, прежде всего, мидии); функционирование биофильтров также носит внутрисуточный периодический характер, что обуславливается появлением в ночное время беспозвоночных и мальков рыб, распуганных в дневное время отдыхающими;

$\zeta(t)$ — в рассматриваемом случае понимается как некоторая статическая величина загрязнений, накапливающаяся на всей территории курортной зоны за бездождевой период времени, которая при выпадении осадков переходит в функцию агрессии, вносящую за незначительный промежуток времени некоторое количество загрязнений в рекреационную зону моря.

Функции $G(t)$ и $F(t)$ можно записать в виде:

$$G(t) = \sum_{j=1}^n (A_j^{(1)} \cos \omega_j t + B_j^{(1)} \sin \omega_j t), \quad (2)$$

$$F(t) = \sum_{j=1}^n (A_j^{(2)} \cos \omega_j t + B_j^{(2)} \sin \omega_j t), \quad (3)$$

где A_j и B_j — случайные амплитуды;
 ω_j — частота.

Сделаем предположение, что $\zeta(t)$ является "белым шумом", для этого подробно рассмотрим, из каких факторов он складывается и каково его поведение — временное (то есть накопление) и внутрисуточное (поддержание стационарного значения).

Рассмотрим процесс формирования $\zeta(t)$ — дорожного смета. Его основные составляющие, накапливающиеся на водонепроницаемых поверхностях Э-Р территории за бездождевой период времени: осаждающиеся аэрозоли автотранспортного и промышленного происхождения (данные аэрозоли во многом формируют химический состав смета, задавая в нем содержание ионов тяжелых металлов и других вредных примесей); продукты разрушения дорожных покрытий; загрязнения, образующиеся при истирании шин о поверхность дорог; продукты неполного сгорания топлива в двигателях машин; частицы почвы, приносимые ветровой эрозией с незастроенных территорий; перемещение частиц дорожного смета на поверхности автотранспорта из неблагоприятных зон (где нагрузки дорожного смета выше, чем в рекреационных) и т. д. [1; 2; 3].

Накопление дорожного смета описывается уравнением:

$$m = \sum_{n=1}^{n=T_{\text{д.н.}}} K_{\text{в}}^n \alpha S_{\text{в}}, \quad (4)$$

где m — масса накопившихся частиц дорожного смета на территории с площадью прибордюрной зоны $S_{\text{в}}$ (га) за бездождевой период времени $T_{\text{д.н.}}$ (сут.), кг;

$K_{\text{в}}$ — коэффициент, учитывающий суточный вынос частиц дорожного смета ветром и при движении автотранспорта за бордюрную зону;

α — суточное накопление частиц дорожного смета, учитывающее все факторы, перечисленные выше, кг/сут.;

$n = 1, 2, 3, \dots$ — количество дней бездождевого периода.

Как видно из формулы (4), величина $K_{\text{в}}$ при больших значениях n стремится к некоторому стационарному состоянию. Данная зависимость подтверждается и натурными исследованиями, проводившимися в городах Харьков, Ялта, Алушта и т. д. Причем во всех случаях выход на стационарное значение наблюдался в течение 6–8 дней, что видно из формулы (4), при коэффициенте $K_{\text{в}} = 0,6$ — усредненном значении, принятом для городов Украины. Выход величины m на стационарное состояние не означает прекращения процесса накопления частиц дорожного смета, просто этот процесс переходит на некоторые внутрисуточные колебания. Днем — в период максимальной интенсивности движения автотранспорта — величина $m^{\text{ст}}$ возрастает, в ночное время транспорта на дорогах практически нет, следовательно, нет и подпитки смета, его количество уменьшается за счет выноса частиц из прибордюрной зоны ветром. Данный процесс носит случайный характер, и случайная функция $m^{\text{ст}}$ (математическое ожидание которой, без нарушения общности, можно считать равным нулю) может быть представлена в виде суммы гармонических колебаний с различными частотами ω_j (не обязательно кратными) и случайными амплитудами, то есть

$$m^{\text{ст}}(t) = \sum_{j=1}^n (A_j^{(3)} \cos \omega_j t + B_j^{(3)} \sin \omega_j t). \quad (5)$$

Для проведения дальнейших преобразований перейдем от тригонометрических функций в формуле (5) к показательным, воспользовавшись формулами Эйлера (6), (7):

$$\cos \omega_j t = \frac{1}{2} (e^{i\omega_j t} + e^{-i\omega_j t}), \quad (6)$$

$$\sin \omega_j t = \frac{1}{2i} (e^{i\omega_j t} - e^{-i\omega_j t}). \quad (7)$$

После преобразований формула (5) примет вид:

$$m^{\text{ст}}(t) = \sum_{j=1}^n (P_j e^{i\omega_j t} + Q_j e^{-i\omega_j t}), \quad (8)$$

где P_j , Q_j — случайные величины, линейно выраженные через случайные амплитуды A_j и B_j .

Введем новую нумерацию величины ω_j , обозначив величину $(-\omega_j)$ буквой ω с отрицательным значением индекса (иначе, полагая $-\omega_j = \omega_{-j}$). В данном случае формула (8) запишется в более компактном виде:

$$m^{\text{ст}}(t) = \sum_{j=-n}^n \Phi_j e^{i\omega_j t}, \quad (9)$$

где при положительном значении j случайная величина Φ_j совпадает с P_j , а при отрицательном — с Q_j . Очевидно, вследствие того, что математическое ожидание $\overline{m^{cm}}(t)$ мы приняли равным нулю, математическое ожидание Φ_j также обращается в нуль.

Выясним, каким условиям должны удовлетворять случайные величины Φ_j , $j = \overline{1, n}$, для того чтобы $m^{cm}(t)$ удовлетворяло условиям стационарности в широком смысле. Определяя для этой цели корреляционную функцию $m^{cm}(t)$ по общим правилам, получим:

$$K_m(t_1, t_2) = M\left(\sum_{j=-n(j \neq 0)}^n \Phi_j e^{-i\omega_j t_1} \sum_{k=-n(k \neq 0)}^n \Phi_k e^{i\omega_k t_2}\right), \quad (10)$$

где индекс суммирования заменен другой буквой, что всегда допустимо.

Представляя формулу (10) в виде двойной суммы, получим:

$$K_m(t_1, t_2) = \sum_{j=-n}^n \sum_{k=-n}^n e^{i(\omega_k t_2 - \omega_j t_1)} M(\Phi_j^* \Phi_k). \quad (11)$$

Для стационарности процесса необходимо, чтобы в полученной сумме сохранились только те слагаемые, у которых индексы j и k одинаковы, так как только в этом случае в показателях степени появится разность $t_2 - t_1$, которая должна быть единственным аргументом корреляционной функции стационарного процесса. Следовательно, случайные величины Φ_j , Φ_k должны удовлетворять условиям:

$$M(\Phi_j^* \Phi_k) = S_j \delta_{jk}, M(\Phi_j) = 0, \quad (12)$$

где S_j — некоторый неслучайный положительный коэффициент;

δ_{jk} — множитель, обращающийся в единицу для равных индексов и в нуль для различных индексов:

$$\delta_{jk} = \begin{cases} 1 & \text{при } j = k \\ 0 & \text{при } j \neq k \end{cases} \quad (13)$$

Используя интегральное преобразование Стильтеса (7), получаем из формул (12), (13):

$$M[d\Phi^*(\omega)d\Phi(\omega_1)] = \{(\omega)\delta(\omega - \omega_1)d\omega d\omega_1, \quad (14)$$

где $S(\omega)$ — спектральная плотность.

Для подобных случайных процессов корреляционная функция имеет вид:

$$K(\tau) = \sigma^2 e^{-\alpha|\tau|}, \alpha > 0, \quad (15)$$

где σ^2 — дисперсия случайной функции;

α — коэффициент, имеющий размерность, обратную размерности времени;

$$\tau = t_2 - t_1.$$

Коэффициент α характеризует быстроту убывания корреляционной связи. По формулам обращения Фурье (8) спектральная плотность запишется в виде:

$$S(\omega) = \frac{1}{2\pi} \int_{-\infty}^{\infty} e^{-i\omega\tau} K(\tau) d\tau. \quad (16)$$

Подставляя (15) в формулу (16), получим:

$$S(\omega) = \frac{\sigma^2}{\pi} \cdot \frac{\alpha}{\omega^2 + \alpha^2}, \quad (17)$$

где π — условие нормировки.

При увеличении значений α быстрота убывания ординат функции $K(\tau)$ увеличивается, вместе с тем при увеличении α начальная ордината спектральной плотности,

равная $\frac{\sigma^2}{\pi\alpha}$, уменьшается, а так как площадь под

кривой $S(\omega)$ всегда равна дисперсии σ^2 , то функция $S(\omega)$, имеющая вид, напоминающий кривую плотности распределения нормального закона, с ростом α будет прижиматься к оси ω , становясь одновременно более полой. Такое поведение функции $S(\omega)$ обосновывает высказанное предположение о существовании в уравнении (1) "белого шума". Функцию $S(\omega)$, имеющую достаточно большое значение α , можно считать обладающей постоянной спектральной плотностью, тогда

$$S(\omega) = C = \text{const}, \quad (18)$$

где C характеризует интенсивность "белого шума".

Для описываемого процесса C связано с дисперсией σ^2 и α следующим образом:

$$C = \frac{\sigma^2}{\pi\alpha}, \quad (19)$$

что следует из формулы (17) в случае предельного состояния функции $S(\omega)$.

Необходимо, чтобы условия (18), (19) выполнялись при любом $\alpha \rightarrow \infty$. Покажем, что в этом случае корреляционная функция процесса становится пропорциональной дельта-функции (функции Дирака). Интегрируя уравнение (15) и переходя к пределу при $\alpha \rightarrow \infty$, получим:

$$\lim_{\alpha \rightarrow \infty} \int_{-\infty}^{\infty} K(\tau) d\tau = \lim_{\alpha \rightarrow \infty} 2\sigma^2 \int_{-\infty}^{\infty} e^{-d\tau} d\tau = 2\pi C, \quad (20)$$

отсюда

$$\frac{1}{2\pi C} \int_{-\infty}^{\infty} K(\tau) d\tau \rightarrow 1, \quad (21)$$

Так как функция $K(\tau)$ не может иметь отрицательных ординат, а при $\alpha \rightarrow \infty$ стремится к нулю при всех $\tau \neq 0$, то условие (21) выполняется только

в том случае, если $K(\tau) = \infty, \tau = 0$, потому что $||\infty \cdot 0||$ — неопределенность, равная конечному числу — 1 из (21). Следовательно, для "белого шума" $K(\tau)$ является δ — функцией.

Тогда, решая уравнение (1), имеем:

$$\varphi(t) = \int_0^{\infty} G(t)dt - \int_0^{\infty} F(t)dt + \int_0^{\infty} \zeta(t)dt \leq \varphi_{\max}^{(I,II)} \quad (22)$$

При интегрировании "белого шума" получаем $\delta(t)$ — функцию. Следовательно, изучаемый процесс является марковским и возможно проведение прогнозов состояния Э-Р систем.

Рассматривая уравнение (22), надо отметить, что величина

$$\begin{aligned} Cn(t) &= \int_0^{\infty} [Gn(t) - Fn(t)]dt = \\ &= A_1^{(4)} \cos \omega_1 t + B_1^{(4)} \sin \omega_1 t \end{aligned} \quad (23)$$

характеризует внутрисуточные колебания концентрации основных видов загрязняющих веществ $Cn(t)$ в рекреационной зоне моря, данные величины определяются службами СЭС при проведении мониторинговых исследований.

Для использования формулы (22) применительно к реальным и водным объектам удобно привести её в нормированный вид:

$$\varphi(t) = \sum_n \frac{Cn(t)}{ПДК_n} + \sum_n \frac{\delta n(t)}{ПДК_n} \leq \varphi_{\max}^{(I,II)} \quad (24)$$

тогда уровень гомеостаза для случая безимпульсного функционирования Э-Р системы можно записать в виде:

$$\varphi(t) = \frac{C_1(t)}{ПДК_1} + \frac{C_2(t)}{ПДК_2} + \dots + \frac{Cn(t)}{ПДК_n} \leq \varphi_{\max}^{(I,II)} \quad (25)$$

где $C_1(t), C_2(t), \dots, Cn(t)$ — концентрация загрязняющих веществ в рекреационной зоне моря;

$ПДК_1, ПДК_2, \dots, ПДК_n$ — предельно допустимые концентрации для приведенных загрязнений. Надо отметить, что формула (25) может быть использована только для нетоксичных веществ.

Естественно, выполнение условия гомеостаза требует ограничения суммы (25) значением n , причем в идеальном варианте все члены уравнения не должны превышать единицу. Здесь надо отметить, что при изучении реальных ситуаций, складывавшихся на курортах Черноморского побережья Украины, были получены данные, позволяющие сделать вывод о невозможности выхода системы из гомеостаза первого уровня без импульсного воздействия, хотя выход из второго уровня наблюдался довольно часто,

и для его поддержания необходимо либо уменьшать $G(t)$ — регулировать параметрами, входящими в данную функцию, либо усиливать $F(t)$ за счет строительства искусственных биологических фильтров, например мидиевых, объемы которых рассчитываются по методологии, предложенной в работе [3].

Перейдем к описанию функционирования Э-Р зоны моря при воздействии специфической функции агрессии (дождевого поверхностного стока), импульсной функции в формуле (24). Данная категория сточных вод характеризуется внезапностью выноса значительных объемов и видов загрязняющих веществ за незначительный промежуток времени в прибрежную зону моря. Объемы выносимых загрязнений, в свою очередь, определяются массой накопившегося за бездождевой период дорожного смета — интенсивностью "белого шума". В данном случае формула (25) запишется в виде:

$$\begin{aligned} \varphi(t) &= \frac{C_1(t) + C_1^*}{ПДК_1} + \frac{C_2(t) + C_2^*}{ПДК_2} + \dots + \frac{Cn(t) + C_n^*}{ПДК_n} \leq \\ &\leq \varphi_{\max}^{(I,II)} \end{aligned} \quad (26)$$

где $C_1^*, C_2^*, \dots, C_n^*$ — концентрации загрязняющих веществ, задаваемые объемом поверхностного стока, отводимого в рекреационную зону моря в фиксированный момент времени. Ограничение по второму уровню гомеостаза не должно быть выше значения n в формуле (26) при максимальных величинах $C_1(t), C_2(t), \dots, Cn(t)$, что ставит задачу корректировки граничного условия в формуле (25). Для первого уровня гомеостаза граничным условием в формуле (26) служит некоторая величина $\varphi_{\max}^{(I)}$, которая имеет конкретные численные значения для каждого конкретного Э-Р объекта. Заслуживает внимания и то, что по данным натурных исследований и как видно из формул (23) и (24), выпадение дождевых осадков не всегда приводит к нарушению гомеостаза даже при значительных величинах импульсной функции агрессии. Это объясняется тем, что естественная самоочистка моря велика и система за незначительный промежуток времени восстанавливается, а для выхода из гомеостаза необходимо наложение максимума (или близкого к нему значения) суточно-периодической функции (23) и функции импульсного агрессора. Подобные ситуации складываются относительно редко, например, если максимум $Cn(t)$ совпал с $\delta_n(t)$ (при условии, что их совместное значение превосходит критическое — $\varphi_{\max}^{(I)}$ из неравенства (26)) в некоторый интервал времени Δt (на практике он не превышает 60 – 90 минут в сутки), то вероятность возникновения эпидемиологической опасности составляет от 0,041 до 0,063 при выпадении одного дождя или от 0,084 до 0,126 за курортный сезон при условии двух дождей за этот период. Легко рассчитать средневероятностную частоту

ту возникновения критических ситуаций, это может произойти один раз в 8 – 12 лет. В виде иллюстрации можно привести недавний случай, происшедший в начале августа 1999 года: одесские пляжи после выпадения дождя слоем 14,2 мм были закрыты санитарно-эпидемиологическими службами до конца курортного сезона, предыдущий подобный случай произошёл в 1986 году.

Естественно, при увеличении критического временного интервала Δt вероятности возрастают, следовательно, повышается и эпидемиологическая опасность. Подобная частота событий не может считаться удовлетворительной и, по согласованию с санитарными службами, должна составлять один раз в 50 – 100 лет, только в таком случае курорт может считаться относительно безопасным для жизни и здоровья людей.

Управление качеством Э-Р систем, как видно из вышеприведенных рассуждений, заключается в регулировании как функциями агрессии, так и защиты с целью поддержания гомеостаза первого и второго уровней.

Применение изложенной методологии управления Э-Р системами подразумевает осуществление следующих шагов: прежде всего оценивается безопасность курорта с точки зрения нарушения уровня гомеостаза, что включает в себя как проведение мониторинговых исследований на содержание загрязняющих веществ в водном объекте во времени с учетом внутрисуточных колебаний, так и мониторинг загрязнений, накапливающихся на территории рекреационной зоны; на основании прогнозных расчетов устанавливается возможность периодичности подобного нарушения; моделируя регулирующие воздействия как для функции агрессии, так и для функции защиты и соотнося их с возможностями реализации (финансовыми, временными, технологическими), выбирается оптимальный выход из создавшейся ситуации; второй уровень гомеостаза поддерживается также на основании мониторинговых исследований и по той же методике.

Приведенные в работе исследования позволяют выделить, на наш взгляд, ряд весьма важных аспектов.

1. Уравнение (1) — физико-математическое описание процесса изменения качественного состояния водного объекта в зависимости от квазипостоянных воздействий и импульсного вмешательства — является марковским, что дает возможность осуществлять прогнозное моделирование процесса.

2. Полученные математические модели позволили формализовать граничные условия существования Э-Р систем, причем выразить их в виде некоторых индексов состояния экологического объекта. Так, для второго уровня гомеостаза при выделении трех основных показателей качества воды (содержания взвешенных веществ, нефтепродуктов, органических веществ) индекс равен 3; для первого уровня гомеостаза индекс определяется числом 110 (данная величина не является оконча-

тельной, так как для каждого водного объекта (бухты) её необходимо корректировать, что нами и проводится совместно с ИНБЮМ НАН Украины, г. Севастополь).

3. Решение уравнения (1) методом последовательных приближений, включающих в себя математическое моделирование процесса формирования донного стока, выноса загрязнений поверхностным стоком в водный объект и тому подобные модели, позволяет осуществлять оптимальное управление Э-Р системами с практическими рекомендациями для соответствующих служб городов-курортов, что дает высокий экономический эффект при функционировании курортов.

Литература: 1. Кондратьев К. Я., Хват В. М., Московкин В. М., Мануйлов М. Б. О дисперсном составе атмосферных аэрозолей и расчете их осаджений // Докл. АН СССР. — 1988. — Т. 303. — №3. — С. 591 – 593. 2. Хват В. М., Московкин В. М., Мануйлов М. Б., Роненко О. П. Об аэрозольном загрязнении поверхностного стока на урбанизированных территориях // Метеорология и гидрология. — 1991. — №2. — С. 56 – 61. 3. Московкин В. М., Мануйлов М. Б. Оценка потоков осаждающихся аэрозолей и тяжелых металлов на урбанизированные территории (на примере городов Ялта и Алушта) // Вопросы развития Крыма. — Симферополь: Центральный регион развития. Крымская АН, 1996. — Вып. 2. — С. 21 – 26.

Статья надійшла до редакції
20.12.2002 р.

УДК 658.7:65.290-23

Поспелов О. М.

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ МАТЕРІАЛЬНИХ ПОТОКІВ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ МАРКЕТИНГОВОЇ ЛОГІСТИКИ

Обґрунтовано необхідність та можливість стратегічного планування матеріальних потоків підприємства на основі маркетингової логістики. Визначені сутність та зміст понять "маркетингова логістика", "логістика маркетингу" і "маркетинг-логістика".

Сучасне вітчизняне підприємство становить багаточислову організацію, що діє в умовах ринку, який інтенсивно інтегрується. При цьому відбувається модифікація задач внутрішньофірмового управління в цілому та планування зокрема. Розв'язання нових задач вимагає теоретичних та практичних обґрунтувань, оскільки українські підприємства не мали практики

роботи в умовах невизначеності навколишнього середовища та самостійної організації взаємодії з ним. Ця невизначеність обумовлює, по-перше, неможливість точного передбачення розвитку подій (тому керівництво підприємств повинне переносити свою увагу з короткострокової реакції на ситуації, на формування деталізованої довгострокової стратегії); по-друге — високу залежність ступеня невизначеності від сегмента ринку, в якому функціонує підприємство (тому існує проблема синтезу таких сегментів); по-третє, необхідність розробки організаційних механізмів і зворотних зв'язків для швидкої адаптації до змін. Причому останні поступово повинні надавати можливість не тільки пасивно пристосовуватися, але й активно впливати на зовнішні умови з метою зниження їх невизначеності.

Наявність вказаних особливостей дозволяє зробити висновок про те, що в сучасних умовах на вітчизняних підприємствах першочерговими є завдання опанування технології організації процесів обміну з навколишнім середовищем, якнайшвидшого впровадження концепцій маркетингу, адаптованого до сучасної української дійсності, розробки стратегічних планів, які дозволяють враховувати та прогнозувати вплив зовнішнього середовища на всі сфери виробничо-господарської діяльності підприємства.

Головною умовою існування та розвитку підприємства в ринкових умовах є забезпечення кругообігу оборотного капіталу як сукупності потоків різної природи [1], інтегрованих в єдину систему матеріальними потоками (сукупності матеріальних ресурсів, незавершеного виробництва і готової продукції). Враховуючи це, на погляд автора, для забезпечення ефективного функціонування та розвитку підприємств їх керівникам варто в першу чергу розглянути необхідність і можливість стратегічного планування матеріальних потоків на підприємстві в тісному зв'язку з маркетингом.

Необхідність впровадження стратегічного планування матеріальних потоків на підприємстві впливає з існуючих протиріч, як між етапами проходження матеріального потоку (закупівля ресурсів, транспортування, складування, постачання, рух незавершеного виробництва і готової продукції і под.), так і між функціональними підрозділами менеджменту підприємства (маркетинг, фінанси, виробництво), що ставлять зустрічні вимоги до розміру матеріального потоку і часу його проходження. Подолання цих протиріч при існуючих умовах господарювання вимагає великих матеріальних і фінансових витрат, що обумовлюють зростання собівартості продукції і тим самим негативно впливають на її конкурентоспроможність.

Можливість стратегічного планування матеріальних потоків підприємства на принципах маркетингу забезпечується наявністю великої кількості закордонних і вітчизняних теоретичних і практичних розробок у сфері стратегічного планування, маркетингу та логістики

(науки, що займається проблемами оптимізації потоків різної природи і, в першу чергу, матеріальних потоків).

Перед тим як визначити зміст, об'єкт, предмет та критерій стратегічного планування матеріальних потоків на основі логістичного підходу з урахуванням вимог маркетингу, варто уточнити суть і зміст понять, за допомогою яких можна формулювати відповідні теоретичні та практичні задачі й технології їх розв'язання.

Так, зміст понять "маркетинг" і "логістика" завдяки великій кількості закордонних і вітчизняних публікацій зараз розуміється практиками і вченими досить однозначно. Але використання їх у таких словосполученнях, як "маркетингова логістика", "логістика маркетингу" і "маркетинг-логістика", досі тлумачиться різними авторами по-різному.

У науково-практичній літературі маркетинг-логістику інколи ототожнюють з логістикою збуту, чи розподільною логістикою [2; 3]. Але, на думку автора, логістика збуту — це ширше поняття, оскільки процес збуту включає технологію підготовки продажів і їх проведення. Логістика ж розподілу пов'язана лише з дослідженням і оптимізацією потоків, що супроводжують процес розробки каналів розподілу і процес формування та функціонування системи фізичного переміщення товару за обраним каналом. Тому доцільно виділяти в структурі логістики розподілу *логістику фізичного розподілу, яку і можна вважати власне маркетинг-логістикою* [4].

Деякі фахівці у сфері маркетингу, логістики та менеджменту маркетинг-логістику називають маркетинговою логістикою. У роботах деяких закордонних економістів (наприклад, Ф. Котлера, М. Мескона), які розуміють під змістом логістики винятково організацію процесів надходження товарів до споживача, словосполучення-термін "маркетингова логістика" використовується лише як облік маркетингологами проблем і витрат на процеси надходження товару до споживача. Таке звучення трактування, на думку автора, очевидне [2; 5].

Більш обґрунтовані наукові визначення "маркетингової логістики" подані в публікаціях Г. Л. Барісава [4]. Він підприємницьку логістику, по-перше, визначає як методологію, теорію, методику й способи оптимізації потоків усіх видів, що супроводжують маркетингову діяльність, по-друге, як сукупність методів, за допомогою яких у системі маркетингу здійснюється аналіз, синтез і оптимізація потоків усіх видів, що супроводжують товар чи послугу від виробника до конкретного покупця, а також комунікації суб'єктів маркетингової системи в процесі їх взаємодії. Обидва ці визначення, з точки зору автора, повно визначають зміст і розуміння сфери відповідного пристосування логістичної методології (перше визначення) і логістичного інструментарію (друге визначення). При цьому саме другому визначенню відповідає зміст поняття "маркетинг-логістика".

Є. О. Голіков, аналізуючи зв'язок маркетингу та логістики, вказує на те, що відокремлена безпосередньо

від маркетингової діяльності логістика залишається з маркетингом у найтіснішому зв'язку функціонально: заплановані й попередньо окреслені організаційно в планах маркетингу поточкові процеси передаються службам логістики фірми на оптимізацію. При цьому автор розуміє під оптимізацією забезпечення рівноважного стану між технологічними підсистемами фірми, що мають безпосереднє відношення до оперативної організації поточкових процесів (службами постачання, транспорту, складського господарства, виробництва, збуту, торгівлі та сервісного обслуговування), не дублюючи їх функції. Саме завдяки цій функції "логістика в зв'язку з маркетингом стає логістикою маркетингу, тобто другим ключовим фактором успіху фірми в конкурентній боротьбі на ринках в умовах кризи збуту" [6]. Таке розуміння сутності словосполучення "логістика маркетингу", на думку автора, відповідає першому визначенню маркетингової логістики, яке дав Г. Л. Багієв, що і є підставою вважати ці поняття ідентичними.

Відомий фахівець у галузі логістики В. І. Сергєєв, використовує поняття маркетингу й логістики для позначення парадигми логістики, що виникла у 80-х роках XX сторіччя в західних країнах. При синтезі логістичних систем з використанням маркетингової парадигми логістики, на його думку, можна ставити і досягати такої стратегічної мети підприємства, як забезпечення конкурентоспроможності на ринку збуту продукції, що вимагає вирішення таких маркетингових задач, як вивчення ринку, визначення позицій фірми на ринку, прогнозування попиту на продукцію і под. [7]. На погляд автора, виходячи з такого розуміння логістики, маркетингова логістика означає логістику, яка реалізує маркетингові цілі та задачі. Таке трактування маркетингової логістики відповідає за змістом першому визначенню маркетингової логістики Г. Л. Багієва.

Таким чином, проаналізувавши різні тлумачення спільного використання понять "маркетинг" і "логістика", можна зробити наступні висновки:

1. Поняття "маркетингова логістика" слід розглядати як логістику в системі маркетингу, яка реалізовує його цілі.

2. Поняття "маркетинг-логістика" охоплює тільки одну підсистему маркетингу — збут, конкретно — фізичний розподіл товару.

3. Різниця в сутності понять "маркетингова логістика" і "маркетинг-логістика" дозволяє говорити, що в структурі логістики взагалі й маркетингової логістики зокрема, варто виділити логістику стратегічного управління потоками різної природи і логістику тактичного (оперативного) управління фізичним проходженням потоків.

Аналіз сучасних парадигм логістики (аналітична, технологічна, маркетингова, інтегральна) [7] показав об'єктивну тенденцію до інтеграції логістичних ланок, починаючи з інтеграції етапів проходження потоків на

підприємстві (мікрологістика) і, надалі — поширення цієї інтеграції на окремі регіональні утворення, їх систему постачання та канали розподілу (металогістика), а згодом — на народне господарство, чи на економічний район країни (макрологістика). Вказана тенденція до інтеграції логістичних ланок підкреслює важливість і необхідність стратегічного планування маркетингової логістики. Для формування та розвитку механізму стратегічного планування маркетингової логістики підприємства необхідно визначити його зміст, об'єкт та предмет. Виходячи з попереднього аналізу, під стратегічним рівнем логістичного планування пропонуємо розуміти рівень логістичного планування потоків різної природи, на якому визначаються майбутні цілі маркетингової логістики, результати та ресурси, необхідні для досягнення її цілей. На цьому рівні здійснюється оптимізація потоків різної природи (у першу чергу, матеріальних), що спочатку були заплановані й організаційно окреслені в стратегіях маркетингу. Логістична оптимізація, на відміну від математичної оптимізації (яка шукає, як правило, екстремум функції — найкраще чи найгірше рішення), передбачає організований рух у напрямку покращення рішення конкретної проблеми, пошуку кращого рішення порівняно з тим, що отримано на певному етапі розв'язання задачі.

Об'єктом логістичного планування на стратегічному рівні є наскрізний (інтегрований) потік. Оскільки потоки, що існують на підприємстві, мають різну природу, а також у зв'язку з тим, що проходження їх етапами логістичної системи підприємства носить характер процесу, тобто якісної зміни, то інтегрувати наскрізний потік підприємства можна тільки відображаючи його у формі економічного потоку, тобто у вартісному вигляді [1].

Предметом логістичного планування на стратегічному рівні є оптимізація наскрізного (інтегрованого) потоку, забезпечення рівноважного стану між технологічними підсистемами підприємства, які мають безпосереднє відношення до оперативної організації поточкових процесів (служби постачання, транспорту, складського господарства, виробництва, збуту, торгівлі, сервісного обслуговування).

Якість логістичного планування на стратегічному рівні можна оцінити за допомогою агрегованого показника всієї господарської діяльності підприємства — виконання заданого маркетингом рівня обслуговування споживачів товарів і послуг підприємства. Логістичні резерви його зростання можна визначити, аналізуючи показники, що відбивають ступінь дотримання правил логістики (постачання потрібного товару, необхідної якості, у необхідній кількості, в потрібне місце, у потрібний час з мінімальними витратами). Оскільки зазначені показники — різноякісні, то основними методами їх

узгодження мають бути методи векторної оптимізації.

Література: 1. Доронина М. С., Шемзева Л. Г. Управление потоковыми процессами предприятия // Матеріали Першої міжвузівської наук.-практ. конф. "Проблеми активізації регіональної інвестиційної політики в сучасних умовах", 17-18 лютого 2000 р. (Вісник Дніпропетровського державного фінансово-економічного інституту "Економічні науки"). — Дніпропетровськ: ДДФЕІ, 2000. — С. 294-295. 2. Котлер Ф. Основы маркетинга. Пер. с англ. — М.: Прогресс, 1990. — 696 с. 3. Логистика: Учеб. пособие / Под ред. Б. А. Аникина. — М.: ИНФРА-М, 1998. — 326 с. 4. Маркетинг: Учебник для вузов [Г. Л. Багизев, В. М. Тарасевич, Х. Анн]; Под общ. ред. Г. Л. Багизева. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ЗАО "Изд-во "Экономика", 2001. — 716 с. 5. Мескон М., Альберт М., Хедрури Ф. Основы менеджмента. — М.: Дело, 1994. — 700 с. 6. Голиков Е. А. Маркетинг и логистика: Учебное пособие. — 2-е изд. — М.: Издательский Дом "Дашков и К", 2000. — 412 с. 7. Сергеев В. И. Менеджмент в бизнес-логистике. — М.: Информационно-издательский дом "Филин", 1997. — 772 с.

Стаття надійшла до редакції
20.10.2002 р.

УДК 334.012.23

Савченко В. И.

ПРОБЛЕМНЫЕ ПОЗИЦИИ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ БИЗНЕСА

Рассмотрены проблемы осуществления бизнеса с учетом влияния внешних и внутренних факторов. Раскрыто содержание каждого из этих факторов, показано их влияние на результаты предпринимательской деятельности.

Проблемам развития предпринимательства придается огромное значение, ибо оно является приоритетным направлением развития национальной экономики. Решению этих проблем посвящено достаточно много фундаментальных работ, в которых рассматриваются различные аспекты развития предпринимательства и бизнеса. В частности, в них нашли отражение вопросы устойчивого развития экономики Украины [1], типология и финансовое обеспечение предпринимательства [2], регулирование предпринимательской деятельности [3], стратегия предпринимательства и его организация [2]. Однако влияние внешних факторов, их неопределенность серьезно сказываются на осуществлении бизнеса, что требует серьезного анализа. Кроме того, важным является учет внутренних факторов, влияющих на конечные результаты бизнеса. Поэтому целью статьи является исследование внешних и внутренних факторов осуществления бизнеса, а также разработка конкретных направлений повышения его эффективности.

На современном этапе развития рыночных отношений в Украине на ведение бизнеса влияет множество внешних и внутренних факторов, обобщенно приведенных на рисунке.

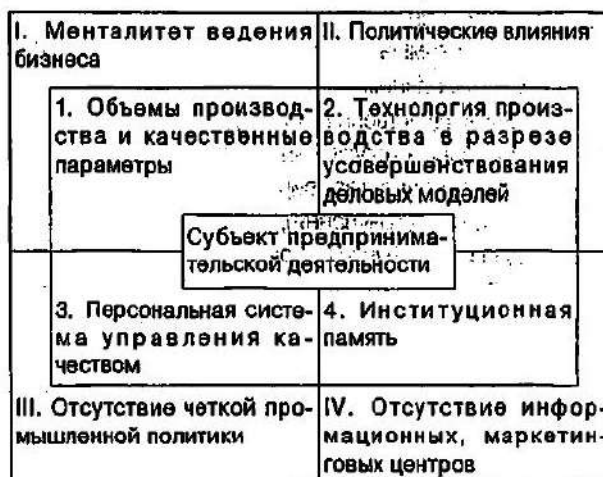


Рис. Блок-схема проблемных позиций осуществления бизнеса

Рассмотрим внешние факторы.

I. Менталитет ведения бизнеса. В настоящий момент сложился определенный стереотип ведения бизнеса, в основном опирающийся на поддержку клановых влияний и групп. Каждое важное действие сопровождается рядом приемов по достижению конечного результата (от материального до физического воздействия). Сложившийся стереотип патократии вытеснил более влиятельный и более губительный для успешного ведения бизнеса — "бизнес без правил". Власть силы ("материальной" и "физической") уже заложена в сознании подрастающего поколения, и для искоренения этого стереотипа требуются значительные усилия и время, при этом попытки государства изменить ситуацию являются неэффективными, а иногда и способствующими жизнеспособности данного фактора. С целью минимизации указанного влияния на ведение бизнеса необходимо осуществлять бизнес и устранять всякие негативные предпосылки только правовыми методами.

II. Политические влияния. Исходя из существующего менталитета складывается и политическое воздействие на ведение бизнеса. Несовершенство действующего законодательства порождает массу предпосылок, способствующих влиянию отдельных ведомств (а в их структуре — и личностей) на решение принципиальных вопросов по созданию благоприятной атмосферы осуществления деятельности предприятия. Огромное влияние контролирующих органов отрицательно сказывается на конечных результатах бизнеса, что порождает коррупцию и клановость в ведении бизнеса. В итоге предприниматель является "заложником" системы, где все решает власть и деньги.

ги. Попытки противиться этому, как правило, имеют негативные последствия для развития предпринимательства, то есть создана система "беспредела" в бизнесе, где экономические позиции отодвигаются на последнее место, и тем самым наносится непоправимый ущерб экономике государства в целом.

Государственные пакеты акций крупных предприятий передаются в управление коммерческим структурам, которые, в свою очередь, осуществляют деятельность без учета экономической целесообразности для самого предприятия, а следовательно, и для государства. В итоге за период управления пакетом акций предприятие становится банкротом или "предбанкротом", и вся ответственность, а соответственно, и все финансово-экономические последствия ложатся на плечи государства. "Отмытый" капитал мигрирует за пределы государства.

Отдельно следует рассматривать инвестирование капитала в отрасли народного хозяйства. Для развития новых технологий и модернизации производства предприятиям необходимы средства. Иностранный инвестор неохотно вкладывает средства из-за рискованных позиций: он видит политическую и экономическую нестабильность в государстве. Банковские структуры определяют заемные средства под заведомо невыполнимые условия (короткий срок кредитования и высокую процентную ставку). Отсутствует кредитно-денежная политика как таковая.

В данной ситуации необходимо иметь четкую позицию (экономическую и правовую) в осуществлении своего бизнеса и хорошо ориентироваться в среде внешнего влияния и существующих условиях ведения бизнеса. Этот фактор является препятствием для добросовестной конкуренции и поддержки предпринимательства. Подтянутость и собранность всей команды, молниеносная реакция на изменения рынка, как правило, позволяют двигаться к намеченным целям.

III. Отсутствие четкой промышленной политики.

Нет осознанной, экономически обоснованной, общегосударственной промышленной политики, которая могла бы быть координатором и регулирующим инструментом в осуществлении успешного, экономически взаимовыгодного бизнеса. Отсутствует общая деловая модель, которая способна регулировать развитие приоритетов всех субъектов, осуществляющих бизнес в нашем государстве, в частности, в промышленности. Отсутствие действенных методов контроля и анализа деятельности производителей и потребителей продукции промышленности, незнание промышленной сырьевой базы, порой полнейшая некомпетентность чиновников, давление силы и денег в данной области хозяйствования становятся существенными барьерами в осуществлении бизнеса. Простой пример является ярким свидетельством данных суждений: в то время как в Донецком регионе имеется мощный производитель

извести для металлургов в лице ОАО "СМИЗ", здесь создается производство по выпуску той же извести.

Данную ситуацию должны изменить кардинальные реформы и преобразования на высшем уровне государственного управления.

IV. Отсутствие маркетинговых, информационных центров. Недостаток достоверной, полной и глубокой информации в любом бизнесе является большим препятствием на пути к успеху. Особо важной является информация маркетингового плана.

Отсутствие информации о емкости рынков, приоритетах потребителей и производителей — участников рынка — накладывает негативный отпечаток на создание деловых моделей, отслеживание миграции капитала, своевременность реакции на поведение рынка.

В такой ситуации свое положительное влияние могли бы внести *информационные или маркетинговые центры*, специализирующиеся по отраслевому признаку либо по сегментации рынка определенной продукции. Данные центры могли бы формировать информационные базы для участников рынка, обеспечивать более эффективное ведение бизнеса и должны быть независимыми от самих участников рынка. Создание и эффективное действие таких центров возможны при наличии команд профессионалов, а также при поддержке деятельности центров со стороны государства ("хотя бы не мешали"). Пока каждый участник рынка не осознает важности центров информации и будет индивидуально решать данную проблему — целостная информационная система, способствующая развитию как рыночных взаимодействий, так и бизнеса в целом, не будет создана.

Рассмотрим внутренние факторы осуществления бизнеса.

1. Объемы производства и качественные параметры. В настоящий момент производственные мощности и технологические процессы в большинстве отраслей промышленности не в состоянии обеспечить требуемое рынком качество продукции, к тому же объемы выпуска продукции не удовлетворяют его потребностям. Данный фактор требует особого внимания, необходимы инвестиции в новые технологии и модернизацию производства, то есть стоит вопрос о поиске необходимых денежных средств.

Первый путь — у банковских структур (заведомо экономически нецелесообразный на предлагаемых сегодня условиях).

Второй — у структур, которые впоследствии приведут ваш бизнес к банкротству или к ведению его "без правил".

Это требует концентрации своих усилий по реализации новаций цивилизованными методами, в противном случае от них лучше вообще отказаться.

Производство по выпуску извести, к примеру, имеет ряд особенностей. Во-первых, технология предусматривает непрерывный цикл производства,

где каждый пуск-остановка существенно влияет на состояние теплотехнического оборудования, а также предполагают экономические издержки (разжиг, разогрев, выход в режим).

В настоящее время из имеющихся предложений по потреблению продукции лишь некоторые (и то не в полной мере) удовлетворяют приоритетам производителя, и общая ситуация зачастую является экономически нецелесообразной.

Таким образом, искусственно создаваемые ограничения в выпуске высококачественного продукта и технологические особенности при производстве известны являются объективными факторами, влияющими на конечный результат ведения бизнеса.

2. Технология производства. Технология производства является одним из основных факторов, влияющих на увеличение капитала компании. Ее совершенствование и внедрение новаций зависят от многих внешних и внутренних факторов. Однако важен и тот факт, что технологии, которые не опираются на эффективные деловые модели, не способны обеспечивать прирост капитала. В бизнесе недостаточно присутствия только технологических новаций, необходима гибкая и современная деловая модель, требующая дальновзоркости и энтузиазма. Действия компании должны носить характер отказа от нецивилизованных норм и правил и являться новыми правилами поведения в бизнесе.

Миграция капитала к новым участникам рынка зависит не от технологий, а является фактором инертности и несовершенства деловой модели, но не самого продукта. Необходимо найти возможность трансформации деловой модели в соответствии с приоритетами клиентов и вашего бизнеса.

Если иметь совершенную технологию и не иметь возможности удовлетворить приоритеты клиента, то, вероятнее всего, придется вести свой бизнес в позиции ожидания с минимальными, а порой и нулевыми выгодами.

3. Персонал. Система управления качеством. Важное значение в осуществлении бизнеса имеет наличие высококвалифицированного персонала. Необходимо создать соответствующую мотивацию последнего, что составляет значительные трудности. Влияние фискальных органов на занятость населения и возможность увеличения его реальных доходов усугубляется снижением объемов реализации продукции. На этом фоне наиболее ярко проявляется и инертность поведения персонала. Безразличное отношение к делу, отсутствие инициативы, текучесть кадров — яркие примеры снижения эффективности бизнеса и перехода его в фазу выживания.

В данной ситуации радикальным является метод высвобождения вакансий и перехода к политике кадровой самоотдачи по принципу "два в одном". Повышение эффективности деятельности

персонала, его качественного уровня и в то же время снижение количественного состава персонала смогут активизировать реализацию бизнеса наряду с минимизацией затрат.

Важным фактором в осуществлении бизнеса является эффективное использование системы управления качеством. Все действия, связанные с решением конечных целей предприятия, должны носить характер систематичности и должны быть подчинены внутренним стандартам. Данная позиция позволит наиболее эффективно решать все вопросы в общей цепи осуществления бизнеса и вести дело по определенному алгоритму. В итоге можно отмежевать и проанализировать любые отклонения в действиях подразделений, оперативно реагировать на каждое изменение в цепи общего дела. Когда общий механизм будет состоять из частей, работающих на него и по стандартным схемам, — можно достичь наиболее высоких результатов в бизнесе. Этот принцип должен быть глубоко осмыслен каждым сотрудником предприятия и обеспечивать его инициативность и обязательность.

Определяющим элементом управления качеством работы является сегодня внедрение системы ISO-9000 с последующим переходом к тотальной системе управления качеством — TQM.

4. Институциональная память. При стабильности и процветании бизнеса накапливается ценный опыт, включающий теоретические знания, эффективные действия и приемы, ценности, приоритеты. Все это входит в институциональную память, которая является главной причиной застоя и краха бизнеса. Успех должен зависеть от создания условий для будущего, а не от верности прошлому. Если персонал компании наименее подвержен институциональной памяти — это является ценнейшим активом фирмы.

В нынешних условиях менталитет в сочетании с институциональной памятью являются негативными факторами ведения бизнеса. Возможности менеджмента по освобождению предприятия и персонала от институциональной памяти смогут обеспечить подъем бизнеса на более высокую ступень, используя ситуационный подход с учетом реальных перспектив развития бизнеса.

Литература: 1. Садеков А. А. Предпринимательство и устойчивое развитие. — Донецк: ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2002. — 452 с. 2. Предпринимательство: Учебник для вузов / Под ред. проф. В. Я. Горфинкеля, проф. Г. Б. Поляка, проф. Швандара. — М.: ЮНИТИ — ДАНА, 2001. — 582 с. 3. Сизоненко В. О. Підприємництво: Підручник. — К.: Вікар, 1999. — 436 с. 4. Покропивний С. Ф., Колот В. М. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 1998. — 352 с.

Стаття надійшла до редакції
20.10.2002 р.

Економіка підприємства та управління виробництвом

УДК 334.012:658.114

Назарова Г. В.

КОНЦЕПЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-СТРУКТУРНОЇ РОЗБУДОВИ ПІДПРИЄМСТВ КОРПОРАТИВНОГО СЕКТОРУ

Розглянуті питання структуризації підприємств корпоративного сектору і формування відповідних ринковим умовам організаційних структур. Запропонована концепція організаційно-структурної розбудови корпорацій, яка визначає архітектуру акціонерного товариства як динамічну взаємодію і взаємозалежність організаційно-структурних формувань з управлінням власністю, підприємством та корпоративним соціумом.

Становлення корпоративного сектору є найважливішою проблемою сучасної української економіки, тому що більшість великих промислових підприємств — акціонерних товариств за організаційно-правовою формою — після проходження етапу приватизації отримали значно більше свободи у фінансово-господарській діяльності. Залишаючись за своєю суттю промисловими підприємствами, які пройшли правову реорганізацію, корпорації зіткнулися із безліччю проблем, пов'язаних з розмежуванням управління і володіння, структуризації та реструктуризації усіх функціональних сфер діяльності.

Останнім часом дослідження українських вчених В. А. Євтушевського, Г. В. Козаченко, А. Е. Воронкової, Е. Н. Коренева, М. В. Чечетова [1; 2; 3], а також роботи російських та західних фахівців В. І. Шеїна, С. А. Масютіна, J. Weston, J. Siu, B. Keasey, M. Wrighte [4; 5; 6; 7] присвячені проблемам суто корпоративного управління: захисту прав акціо-

нерів, створення міжнародних стандартів і принципів, дотримання балансу інтересів учасників корпоративних відносин, правового забезпечення діяльності акціонерного товариства та ін. Поза межами досліджень залишаються внутріорганізаційні проблеми підприємств та організаційно-управлінський аспект корпоративного управління, однак саме він створює базу для ефективного розвитку корпорацій у довгостроковому періоді.

Головною метою даної публікації є дослідження одного з найважливіших і невирішених питань корпоративного управління в умовах трансформаційної економіки — це структуризація підприємств корпоративного сектору і формування відповідних новим умовам організаційних структур та створення на цій базі загальної концепції організаційно-структурної розбудови корпорацій в Україні. Об'єктом організаційно-управлінської структуризації є корпорація (акціонерне товариство), що має наступні ознаки в умовах трансформаційної економіки: самостійну ініціативну діяльність, комерційну волю, спрямованість на отримання прибутку, особисту економічну зацікавленість власників, відповідальність за результати діяльності, господарський ризик.

Організаційна структуризація повинна відповідати цілям та інтересам різних груп учасників, так чи інакше пов'язаних із діяльністю корпорації. Основними групами, чиї інтереси повинні бути враховані при проектуванні ринково орієнтованої структури, є такі:

акціонери (власники) підприємства, які створюють і розвивають корпорацію;

працівники, які забезпечують діяльність підприємства, виробництво та реалізацію продуктів і послуг;

покупці продукту підприємства, які обмінюють свої фінансові ресурси на запропонований продукт;

ділові партнери, які перебувають у формальних і неформальних ділових відносинах з підприємством і надають йому комерційні та некомерційні послуги, а також одержують аналогічні послуги з боку підприємства;

громадськість, що формує соціальне й екологічне середовище функціонування підприємства;

державні (муніципальні) інститути, що взаємодіють з підприємством у політичній, правовій, економічній та інших сферах.

Організаційна політика тією чи іншою мірою повинна відбивати інтереси всіх шести вищезгаданих суб'єктів. Найбільш сильний вплив на формування будь-якої організації та зміни в ній мають інтереси власників, робітників і клієнтів. Тому сучасні організаційні структури повинні бути спроектовані таким чином, щоб у них обов'язково було присутнє поєднання інтересів цих трьох груп зацікавлених осіб.

Структура сучасної корпорації характеризується внутрішньою розчленованістю, диференціацією відносно автономних і в той же час взаємопов'язаних частин. Структурна парадигма дозволяє подати структуру у вигляді "багат шарового пирога" із багатьма пов'язаними просторова і в часі пластами. Найчастіше у різноманітних класифікаціях зустрічаються такі основні типи структур:

- структура власності;
- структура управління власністю;
- структура управління підприємством (адміністративна);
- організаційна структура;
- функціональна структура;
- штатна структура;
- фінансова структура;
- структура логістики;
- виробнича структура;
- маркетингова структура;
- неформальна структура;
- комунікаційна структура;
- рольова структура;
- соціальна структура;
- громадська структура.

Перелічені типи структур можуть бути згруповані за ключовими функціональними ознаками. Основною функцією перших трьох структур є здійснення владних повноважень з визначення місії, цілей, стратегії корпорації.

Наступні сім структур здійснюють виконавчу функцію досягнення встановлених цілей шляхом реалізації обраної стратегії.

Решта п'ять структур зі списку опосередковано впливають на виконання або невиконання стратегічних і тактичних цілей організації та на зміст самих цілей. Однак не можна недооцінювати цього впливу. Цілком природно, що саме стан соціальної, громадської, рольової структур і неформальних зв'язків визначає внутрішні глибокі процеси і здійснює зворотний зв'язок у стратегічному управлінні підприємством.

В основу запропонованої структурної концепції покладено дві основних ознаки: предмет структуризації і метод структуризації.

Предметом будемо вважати сукупність структур, які об'єднані за основною функцією, пов'язані певним типом відносин між структурними елементами й мають свою специфіку, що є підставою для поділу їх на різновиди. Метод структуризації — це сукупність прийомів, методів, засобів впливу на структурні елементи.

Традиційно у менеджменті розглядають три організаційних рівня: вищий, середній і нижній, які складають піраміду управління [6; 7; 8]. Українські вчені А. І. Кредісов, Є. Г. Панченко [9] розрізняють такі рівні управління, як технічний, управлінський та інституційний.

Запропонований підхід ґрунтується на ключових ознаках, що характеризують акціонерне товариство (корпорацію) і відрізняють його від підприємств інших організаційно-правових форм, а саме:

- розмежуванні володіння та управління;
- наявності широкого кола зацікавлених сторін (акціонерів, клієнтів, постачальників, менеджерів, працівників, держави, місцевої адміністрації, громадськості та ін.), що безпосередньо впливають на діяльність корпорації;

здійсненні процесів управління одночасно ззовні та зсередини (аутсайдерами та інсайдерами);

подвійній ролі багатьох учасників корпоративних відносин (особливо працівників і менеджерів), як акціонерів, так і тих, хто не належить до їх числа;

наявності інституту соціального партнерства і соціальній захищеності трудового колективу.

Згідно з цим підходом визначимо три основних рівня організаційних відносин у корпорації: інституційний, управлінський і міжособистісний. Кожен рівень формують три сукупності структур, які відповідно можна назвати владними, виконавчими і соціальними.

Інституційний рівень становлять владні структури, основною функцією яких є визначення політики, стратегії, напрямку господарського, економічного, соціального розвитку, тобто здійснення владних повноважень на підприємстві. До них належать структура власності, органи управління, що відносяться до повноважень власників (загальні збори, спостережна рада, ревізійна комісія), і вищі органи структури управління підприємством, які можуть бути одноособовими (генеральний директор) або колегіальними (правління, дирекція).

Центральне і домінуюче місце у визначенні місії, стратегії, встановленні стратегічних цілей підприємства посідають власники підприємства. Ця істотна відмінність ринкової економіки від командно-

адміністративної переносить акценти в ухваленні стратегічних рішень з найманих керівників на власників. У радянській економіці існував тільки один власник — держава, що робило процеси узгодження інтересів, взаємодії з організаційною і виробничою структурою підприємств, законодавчого вирішення конфліктних питань, розподілу влади, повноважень і відповідальності між органами управління власністю непотрібними. Однак навіть за одного власника створювалися надбудови, що здійснювали розпорядчі, спостережні та контролюючі функції. Це були різні міністерства, відомства, територіальні і місцеві органи управління.

Новий підхід до концепції власності пропонує теорія "зацікавлених осіб", яка до категорії власників умовно відносить усіх юридичних і фізичних осіб, які так чи інакше пов'язані з підприємством і відіграють вирішальну роль у його розвитку. Згідно з даною концепцією до кола власників можуть належати різні економічні агенти (stakeholders): постачальники, клієнти, ділові партнери, працівники підприємства, інвестори, банки, представники місцевої та державної влади. Кожний з цих агентів може брати участь в управлінні акціонерним товариством безпосередньо або опосередковано.

До управлінського рівня віднесемо відомі формальні внутріорганізаційні структури: організаційну, функціональну, штатну, виробничу, фінансову, маркетингову, логістичну, інформаційну. Усі перераховані структури об'єднані ключовою функцією реалізації прийнятої владними структурами стратегії підприємства, при цьому кожна з них виконує свою власну функцію в межах основної — виконавчої. Організаційна структура визначає склад і підпорядкованість взаємозалежних ланок управління. Функціональна структура відбиває поділ управлінських функцій між керівництвом і окремими підрозділами. Штатна структура визначає склад підрозділів, перелік посад, розміри посадових окладів, фонд заробітної плати. Інші перераховані структури виконують функцію управління матеріальними, нематеріальними, фінансовими, інформаційними та іншими ресурсами корпорації. Відносини структур виконавчого рівня можна назвати горизонтальною інтеграцією, за якої в процесі загального виконання рішень владних структур може відбуватися відстоювання приватних структурних інтересів, що часом призводить до конфліктів.

Соціальний рівень складається зі структур, що не мають безпосереднього відношення до ухвалення рішень і до їх формального виконання, однак склад елементів і характер зв'язків між якими впливає на кінцевий результат діяльності підприємства. До таких структур віднесемо громадську, соціальну, рольову, комунікаційну, неформальну структури. Усі

вони базуються більше на людських стосунках, ніж на формальних організаційно-виробничих зв'язках.

Громадська структура ґрунтується на існуючих на підприємстві суспільних інститутах (громадських організаціях, клубах, гуртках, молодіжних центрах, спортивних командах). Соціальна структура характеризує трудовий колектив за соціальними ознаками (статтю, віком, професією, кваліфікацією, національністю, освітою). Рольова структура характеризує колектив за участю у творчому процесі на виробництві, комунікативними і творчими ролями. Міжгрупові і міжособистісні відносини на підприємстві як у єдиному цілісному утворенні складаються між різноплановими категоріями учасників (власниками, управлінцями, найманими робітниками). Інтереси цих груп можуть бути об'єднані загальною ідеєю, а можуть бути взаємовиключними. Досягнення балансу інтересів має вирішальне значення для ухвалення стратегічних рішень владними структурами і реалізації цих рішень виконавчими структурами.

Таким чином, запропонована концепція визначає архітектуру корпорації (акціонерного товариства) як декомпозицію і динамічну взаємодію та взаємозалежність організаційно-структурних формувань з управління власністю (владних структур), підприємством (виконавчих структур) та корпоративним соціумом (соціальних структур), що співвідносяться відповідно з інституційним, управлінським і міжособистісним рівнями (таблиця).

Таблиця

Структуризація корпорації за рівнем відносин та регламентуючими нормами

Рівень відносин	Структури	Сутність відносин	Регламентуючі норми
Інституційний	Владні	Політичні	Централізовані
Управлінський	Виконавчі	Організаційні	Корпоративні
Міжособистісний	Соціальні	Людські	Індивідуальні

Конфігурацію зазначених класів структур можна визначити як вертикальну (багаторівневу) зі зворотним зв'язком. При цьому відносини підпорядкування, що виникають між владними і виконавчими структурами, створюють прямий вертикальний зв'язок, а відносини впливу, що пов'язують виконавчі та владні структури з впливовими структурами, характеризують сутність зворотного зв'язку.

Вплив трансформаційної економіки на структуризацію сучасних корпорацій призводить до не зовсім звичайної конфігурації структури — хетерархічної [10]. На відміну від ієрархічної структури, в хетерархічній — центр влади може переміщуватися з однієї ланки до іншої, призводячи до перевертання піраміди управління. Це залежить від часу, харак-

теру завдання, зміни стратегічного напрямку, ключових учасників, ситуації на ринку і в самій корпоративній структурі.

У розглянутій концепції межі між структурними рівнями встановлені нечітко. Багато структур (частіше елементів структур) займають граничне положення, тобто однаковою мірою належать до різних структурних груп. У цьому випадку часто одна структура накладається на іншу або перетинається з нею.

Структуризація підприємств корпоративного сектору повинна спиратися на власні методи. До основних методів здійснення структурної політики корпорації віднесемо наступні.

Імперативний (метод підпорядкування). Власники і вищі керівники, виражаючи загальні інтереси, вповноважені давати вказівки, обов'язкові для виконавчих структур, і розробляти відповідні корпоративні норми для реалізації вертикалі управління між владними та виконавчими структурами. Усередині кожної структури інституційного та управлінського рівнів також виявляється дія імперативного методу в організаційній ієрархії.

Диспозитивний (метод координації). Відносини між структурами одного рівня є ключовими в діяльності організації, вони вимагають погоджень, закріплення прав, повноважень і обов'язків. Диспозитивний метод найкраще спрацьовує у формуванні горизонтальних зв'язків, але він також повинен бути застосований у взаємовідносинах різних підрозділів, які виконують однакові функції. Стосовно управління акціонерним товариством це можуть бути комітети спостережної ради і ланки організаційної структури підприємства, що уповноважені вирішувати питання фінансів, стратегії, персоналу, інвестицій, зовнішньої діяльності та ін.

Автономний (метод саморегулювання). Поряд з нормативною базою, що регламентує діяльність визначених структур, існує процес самоорганізації і самоуправління. Часом важко визначити, що в управлінні тією чи іншою корпорацією є первинним: процеси організації чи самоорганізації, але в більшості корпорацій ці процеси існують паралельно. Сутність саморегулювання полягає у формуванні дій, що призводять до стійких реакцій в системі на основі внутрішніх процедур і правил. Саме на основі внутрішніх потреб корпорації, індивідуальних норм поведінки складається внутріорганізаційна нормативна база визначених структур.

Нормативною базою структуризації є система обов'язкових правил (норм), формально визначених, закріплених в офіційних документах і підтримуваних силою організаційного примусу.

Норми, що розробляються для впровадження структурної розбудови, можуть бути класифіковані

за суб'єктами, що беруть участь у діяльності корпорації.

1. Індивідуальні норми — це правила поведінки, сформульовані індивідами, які виражають їхню власну волю й підтримуються силою колективного примусу. Індивідуальні норми не повинні суперечити чинному законодавству, не повинні порушувати інтереси організації та інших зацікавлених осіб.

2. Корпоративні (внутріорганізаційні) норми — це правила, що розробляються органами управління підприємства, розповсюджуються тільки на їхніх працівників і спрямовані на регулювання відносин, що складаються на підприємстві. Ці форми необхідні для врегулювання управлінських, трудових, фінансових, організаційних питань. Саме вони надають більше свободи в регламентації діяльності підприємства будь-якої організаційно-правової форми і доповнюють централізовані норми. На відміну від індивідуальних норм вони не мають персональної визначеності та діють, доки їх не скасують органи управління підприємства. Іншою ознакою є те, що корпоративні норми, як правило, оформлені письмовими документами і застосовуються для упорядкування внутріорганізаційної діяльності. Значимість корпоративних норм залежить від ступеня розвиненості економіки країни: чим він вищий, тим більшого поширення і важливості набувають корпоративні норми.

3. Договірні норми — це правила поведінки, що встановлюються шляхом угоди між двома або більше суб'єктами з питань, що стосуються кожного з них. Дія договірних норм може поширюватися як на саму корпорацію (колективний договір, трудова угода), так і на відносини підприємства із зовнішніми партнерами або власниками (договір купівлі-продажу, договір підяду, установчий договір, контракт із директором підприємства).

Ознаки договірних норм:
визначеність усіх дій (або бездіяльності) учасників;

прийняття їх з відома і з волі контрагентів;
визначення у них прав та обов'язків сторін;
встановлення їх для досягнення певної мети;
вияв у певній формі;
передбачення санкцій за їх невиконання.

У командній економіці договір розглядався лише як засіб реалізації плану і тому договірні відносини не заохочувалися. В умовах глобалізації ринкової економіки, коли підприємство розглядається як відкрита система, договори мають вирішальне значення, без них сьогодні неможлива підприємницька діяльність.

4. Централізовані (державні) норми розробляються і приймаються різними державними органами. Це закони України, укази Президента, поста-

нови Кабінету Міністрів, інструкції міністерств і відомств. Порівняно з іншими державами в Україні традиційна кількість таких норм велика, що пов'язано зі спадщиною командно-адміністративної системи. В економічно розвинутих країнах частка централізованих норм невелика і визначає тільки найважливіші аспекти економічної та організаційної діяльності господарських суб'єктів.

Висновком дослідження є створення нової концепції організаційно-управлінської структуризації підприємств корпоративного сектору, згідно з якою вся множина різноманітних організаційних структур поділяється на основні блоки, що перебувають у постійній взаємодії і взаємозалежності. Інституційний рівень представлений блоком політичних відносин, що спираються на владні структури і більше регламентуються централізованими нормами. Управлінський рівень характеризує організаційні відносини у виконавчих структурах за умов внутрі-організаційної (корпоративної) та договірної регламентації. Соціальний рівень визначається людськими стосунками у внутріорганізаційному соціумі та базується на індивідуальних (формальних і неформальних) нормах.

Представлена парадигма визначає інтегрований концептуальний підхід до організаційно-управлінської структуризації підприємства як економічної категорії, що є основою для створення ефективної системи корпоративного управління і формування структурної політики підприємств корпоративного сектору в умовах соціально орієнтованої трансформаційної економіки.

Література: 1. Свтушевський В. А. Основи корпоративного управління: Навч. посіб. — К.: Знання-Прес, 2002. — 320 с. 2. Козаченко Г. В., Воронкова А. Е., Коренев В. Н. Основи корпоративного управління. Навчальний посібник. — Луганськ: Вид. СНУ, 2001. — 480 с. 3. Четов М., Мендрут А. Корпоративное управление в условиях экономической трансформации // Экономика Украины. — 2001. — №4. — С. 10 — 18. 4. Масютин С. А. Механизмы корпоративного управления: Научная монография. — М.: ЗАО "Финстатинформ", 2002. — 240 с. 5. Шейн В. И. и др. Корпоративный менеджмент: опыт России и США / В. И. Шейн, А. В. Жульев, А. А. Володин. — М.: ОАО "Типография "НОВОСТИ", 2000. — 280 с. 6. Weston J., Siu J., Johnson B. Takeovers, restructuring, and corporate governance. — Upper Saddle, NJ, 2001. — 692 p. 7. Corporate governance: responsibilities, risks, and remuneration / Edited by K. Keasey and M. Wright. — John Wiley & Sons, NY. — 1997. — 534 p. 8. Глухов В. В. Основы менеджмента. — СПб.: "Специальная литература", 1995. — 328 с. 9. Кредісов А. І., Панченко Є. Г., Кредісов В. А. Менеджмент для керівників. — К.: Т-во "Знання", КОО, 1999. — 556 с. 10. Плошайський П. Організація майбутнього (лекційні нотатки). — К.: CEUME, 2000. — 120 с.

УДК 658.011.7

Проноза П. В.,
Кузнецов В. В.

РІЗНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ РИНКОВОЇ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Розглядаються різні методики визначення ринкової вартості підприємства, які дозволяють установити рівень неплатоспроможності підприємства та виявити запобіжні заходи проти банкрутства.

Економічні умови, що склалися в Україні під час ринкових реформ, такі, як невідосконалене податкове законодавство, інфляційні процеси, втрата економічних зв'язків, відсутність нового обладнання та нових технологій, досить низька продуктивність праці та неконкурентоспроможна продукція, призвели до кризового стану багатьох вітчизняних підприємств. Подібне становище можна спостерігати і в економіці інших країн СНД. Щодо української економіки, особливе занепокоєння викликає той факт, що більш ніж 70% підприємств належать до пріоритетних галузей промисловості: машинобудування, транспорту, будівництва, комунального господарства. Відсоток неплатоспроможних підприємств та підприємств-банкрутів складає у галузі [1]:

- 1) машинобудування — 79%;
- 2) комунального господарства — 60%;
- 3) транспорту — 80%;
- 4) торгівлі — 40%;
- 5) переробних підприємств та громадського харчування — 47%;
- 6) будівництва — 59%.

Як наслідок, бюджет не отримує значної частини доходу, необхідного для вирішення соціально-економічних завдань. Тому неабиякої актуальності набуває вивчення факторів, що призводять до банкрутства підприємств, створення методик оцінки вартості промислових комплексів та механізмів виходу з фінансової кризи. Тому метою даної роботи є формування прийнятної методики оцінки кризового стану та вартості промислового підприємства для прийняття правильного рішення щодо оголошення про банкрутство підприємства або його санацію.

Серед причин, що призводять вітчизняні підприємства до важкого фінансового стану та банкрутства, основними є: невідосконалена система менеджменту (10%), брак обігових коштів (40%), неефек-

Стаття надійшла до редакції
21.02.2003 р.

© Проноза П. В., Кузнецов В. В., 2003

тивний маркетинг та недостатній збут продукції (15%), низький рівень техніки та відсутність нових технологій (30%), нестача кваліфікованих працівників (5%) [1]. Все це призводить до зростання собівартості продукції, відсутності попиту на неї, зростання кредиторської і дебіторської заборгованості. Так, порівняно з 2000 р. рівень кредиторської та дебіторської заборгованості зріс на 20 – 25%.

Особливу увагу слід звернути на зростання заборгованості по податках та платежах до бюджету, оскільки майже 70% позовів до господарського суду надходять від податкової служби. Слід якомога швидше на законодавчому рівні подолати протиріччя в податковому законодавстві, оскільки на сучасному етапі навіть нормативні акти та інструкції податкової адміністрації суперечать одна одній. Тому актуальним є якнайшвидше прийняття Податкового кодексу.

Значну роль у попередженні важкого фінансового стану підприємства відіграє оцінка кризових факторів фінансового розвитку та прогнозування можливого банкрутства задовго до прояву його видимих ознак, а також оцінка підприємства як цілісного майнового комплексу.

Така оцінка та прогнозування банкрутства становить систему цільового фінансового аналізу, спрямованого на виявлення параметрів "кризового розвитку" підприємства.

На даний момент існує декілька різних методик прогнозування банкрутства та виявлення "кризового поля" підприємства. Цій темі присвячені роботи таких фахівців, як Е. І. Альтман [2], О. О. Терещенко [3]. У більшості випадків вони відрізняються лише кількістю показників, що використовуються для аналізу, але загальний підхід майже всіх методик однаковий. Він характеризується визначенням основних об'єктів спостереження "кризового поля" підприємства, таких, як чистий грошовий потік підприємства, ринкова вартість підприємства, структура капіталу підприємства, склад фінансових зобов'язань підприємства, склад активів та склад поточних витрат підприємства. Оцінка фінансового стану підприємства, як правило, здійснюється за такими напрямками: оцінка ліквідності, оцінка платоспроможності, оцінка обігових активів, оцінка рентабельності, оцінка майнового стану.

До найпопулярніших методів прогнозування банкрутства належать модель Альтмана Е. І., Терещенка О. О. та методичні рекомендації Міністерства економіки України щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємств та ознак дій, метою яких є приховування банкрутства, фіктивне банкрутство або доведення до банкрутства [4].

Наприклад, досвід використання моделі Альтмана в ряді країн (США, Канаді, Бразилії, Австрії,

Японії) показав, що спрогнозувати ймовірність банкрутства з її допомогою за один рік можна з точністю до 90%, за два роки — 70%, за три роки — 50%, але, незважаючи на ефективність та відносну простоту використання цієї моделі для оцінки загрози банкрутства, в наших економічних умовах вона не дозволяє отримати достатньо об'єктивний результат. Це обумовлено розбіжностями у врахуванні окремих показників, впливом інфляції на їх формування, невідповідністю між балансовою та ринковою вартістю окремих активів та іншими об'єктивними причинами, які визначають необхідність використання коефіцієнтів значимості показників, наведених у моделі Альтмана, та врахування ряду інших показників оцінки кризового розвитку підприємства.

Найбільш повно виявити загрозу банкрутства, встановити рівень неплатоспроможності та виявити дії, передбачені Кримінальним кодексом України, дозволяють модель О. О. Терещенка [3] та рекомендації Міністерства економіки України [4].

Важливу роль відіграє оцінка цілісного майнового комплексу (або вартості бізнесу в цілому), особливо під час санації підприємства. Якщо в разі добровільної санації підприємства оцінка необхідна його керівництву для залучення інвестицій та розробки бізнес-плану санації, то у випадку санації підприємства-боржника, у відношенні якого розпочато справу про банкрутство, оцінку активів і пасивів підприємства будуть вимагати практично всі зацікавлені сторони.

Навіть при формуванні ціни одиниці товару необхідно брати до уваги велику кількість факторів, інакше можна зіткнутися з проблемами під час реалізації даного товару. Оцінка частки бізнесу або визначення його вартості в цілому — проблема значно важливіша, адже в даному випадку ми маємо справу з діючими активами, що самі створюють вартість.

Можна виділити загальні принципи оцінки суб'єктів бізнесу:

1. Оцінка може здійснюватися з позиції потенційних або існуючих власників підприємства, а також інших зацікавлених осіб, якщо мова йде про підприємства, яким необхідна санація (тобто кредиторів та санаторів).

2. Оцінка може спиратися на вартість подібних об'єктів, що склалися в ринковому середовищі. Цей підхід становить інтерес для процедур купівлі-продажу або використовується із спекулятивною метою.

3. Можна оцінювати об'єкт з точки зору вигод, що дає його подальше використання в найоптимальнішому режимі та в найкращих умовах.

4. З точки зору власника (кредитора і санатора) цінність об'єкта оцінки насамперед визначається корисністю даного об'єкта. Оскільки оцінку здійснює, як правило, третя особа, прямо не зацікавлена в її

результаті, то останній фактор, незважаючи на його суб'єктивність, необхідно обов'язково враховувати.

5. Можна спиратися на принцип оцінки підприємства з точки зору стратегічного інвестора. В даному випадку вартість об'єкта визначається як спільна вартість капіталу та ефективність менеджменту й праці персоналу.

Особливе значення в процесі розрахунку вартості бізнесу має право на володіння землею або право на довгострокову оренду.

З великої кількості методів та процедур оцінки майнового комплексу найчастіше вітчизняними експертами використовуються метод витрат, ринковий та дохідний методи.

Метод витрат базується на вартості об'єкта згідно з сумою витрат на його відтворення в існуючому вигляді в цінах на момент оцінки. Основне припущення, що закладене в основу методу витрат, полягає в тому, що потенційний покупець заплатить за об'єкт суму, що дорівнює вартості відтворення об'єкта ($C_{від}$), зменшену на величину зносу об'єкта (A). У разі оцінювання вартості підприємства методом витрат (C_v) дійсна формула [5]:

$$C_v = C_{від} - A. \quad (1)$$

Притому під зносом розуміють втрату з часом частини споживчих та економічних властивостей об'єкта. Це, насамперед, знос фізичний, функціональний (втрати корисних якостей), економічний (втрати здатності приносити дохід) та бухгалтерський (зниження балансової вартості).

Ринковий метод базується на поточній ринковій вартості подібних об'єктів. Він спирається на інформацію про ринкову вартість аналогічних підприємств C_A з урахуванням поправок K . Якщо ввести коефіцієнт подібності, який є відношенням об'єму випуску продукції даного підприємства до підприємства аналога n , то вартість оцінки ринковим методом C_p можна подати у вигляді [5]:

$$C_p = n \times C_A + K. \quad (2)$$

Дохідний метод дозволяє оцінити вартість об'єкта шляхом підрахунку майбутніх доходів від його використання. Сумарна поточна вартість TC_n майбутніх доходів D_n (для n -ого періоду часу) визначає оціночну вартість об'єкта, розраховану дохідним методом C_d . Дохід в даному випадку — не тільки надходження фінансових ресурсів, але й зменшення зобов'язань [4]:

$$C_d = \sum_n TC_n = \sum_n D_n / (1 + r)^n, \quad (3)$$

де $1 / (1 + r)$ — коефіцієнт дисконтування;

r — ставка дисконту за цей період;

n — період часу.

Поточна вартість майбутнього доходу визначається за формулою:

$$TC_n = D_n / (1 + r)^n. \quad (4)$$

Дохідний метод є різновидом методу дисконтування. Цей метод застосовують при ймовірності повернення капіталу, при перепродажу об'єкта після запланованого періоду його використання, а також у випадках, якщо прогнози доходи за декілька років будуть відрізнятися. В даному випадку в якості ставки дисконту пропонується використовувати не ставку дохідності державних цінних паперів, оскільки фондовий ринок України не достатньо розвинутий, а середню ставку дохідності за депозитами в іноземній валюті.

Для більшої повноти оцінки необхідно також володіти інформацією про призначення та використання нематеріальних активів, ринки збуту, об'єми виробництва продукції, наявність конкурентів, тобто мати необхідні дані про стратегію розвитку підприємства, його бізнес-план, у якому подано заплановані та необхідні інвестиції. Також важливо провести юридичний аналіз установчих документів, план розміщення акцій, документів на право землекористування. У сучасній практиці оціночної діяльності використовують декілька методик одночасно та виводять середній показник економічного стану підприємства.

В умовах української економіки кожен підхід до визначення фінансового стану підприємства та вартості бізнесу в цілому обов'язково повинен корегуватися відповідно до економічної ситуації, цілей оцінки та особливостей діяльності кожного окремого підприємства.

Література: 1. Internet: www.bankrut.gov.com.ua. 2. Altman E. I. Corporate Financial Distress. — New York: John Wiley, 1983. 3. Терещенко О. О. Фінансова санація та банкрутство підприємств: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2000. — 412 с. 4. Методические рекомендации по выявлению признаков неплатежеспособности предприятия и признаков действий по сокрытию банкротства, фиктивного банкротства или доведения до банкротства. Утверждены Приказом Министерства экономики Украины от 17 января 2001 года №10 // ГІЛВБУХ. — 2001. — №8. — С. 27–30. 5. Соколенко В. А. Оценка стоимости имущества предприятия при реализации проекта санации. — Харьков: Основа, 2002. — 148 с. 6. Методика оценки стоимости имущества при приватизации. Утверждена постановлением КМУ от 22.07.1998 г. №1114. // Офіційний вісник України. — 2000. — №42. — Ст. 1791. 7. О внесении изменений и дополнений к "Методике расчета и порядка использования государственного имущества" Постановление Кабинета Украины №75 от 19.01.2000 г. // Офіційний вісник України. — 2000. — №3. — Ст. 84.

СТАДІЇ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Одним із факторів у процесі оцінювання інвестиційної привабливості підприємства є визначення стадії його життєвого циклу. В сучасних умовах цей процес потребує врахування не тільки терміну існування, а й заходів щодо оновлення, стабілізації, перепрофілювання, реорганізації, реструктуризації або диверсифікації на підприємстві.

Інвестиційна привабливість — вирішальний фактор для прийняття рішення про вкладання коштів у об'єкт чи відмови від цього. Оцінка інвестиційного ринку країни має свої особливості в залежності від стану економіки, розвитку ринкової інфраструктури та факторів впливу на нього. На особливу увагу заслуговує питання про оцінювання інвестиційної привабливості кожного окремого підприємства та залучення інвестиційних ресурсів у його діяльність.

Оцінка інвестиційної привабливості діючого підприємства насамперед передбачає виявлення стадій його життєвого циклу. Обґрунтування стадій життєвого циклу підприємства потребує врахування особливостей трансформаційних процесів та визначення вжитих на підприємстві заходів щодо його оновлення та стабілізації.

У теорії ринку розрізняють шість наступних стадій: "народження", "дитинство", "юність", "рання зрілість", "остаточна зрілість", "старіння". Загальний період усіх стадій життєвого циклу підприємства становить приблизно 20 – 25 років (у залежності від галузі та впливу науково-технологічного прогресу), після чого воно припиняє своє існування чи відроджується на новій основі. Тривалість стадій життєвого циклу підприємства наведена на рис. 1.

Вітчизняний та закордонний досвід свідчить [1; 2; 3], що інвестиційно привабливими вважаються підприємства, які перебувають на стадіях збільшення обсягів продажу, рівня використання виробничих потужностей тощо, тобто коли покращуються показники їх діяльності. Це спостерігається в основному на перших чотирьох стадіях життєвого циклу — "народження", "дитинство", "юності" та "ранньої зрілості".

На стадіях "остаточної зрілості" та "старіння" інвестиції вважаються недоцільними, за винятком випадків, коли продукція підприємства має досить високі маркетингові перспективи. Діючі ринкові від-

носини та загальний стан економіки в Україні потребує, щоб обсяг інвестицій у технічне переобладнання був відносно невеликим і вкладені кошти поверталися інвестору в найкоротший термін (до 2-х років).

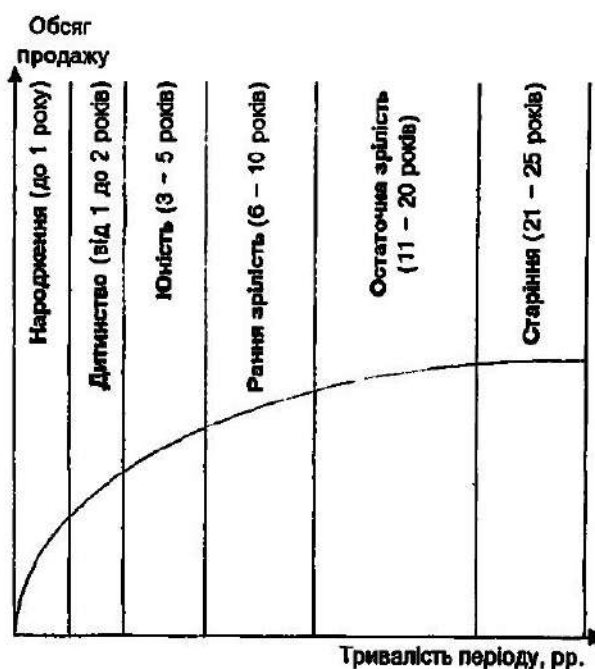


Рис. 1. Стадії життєвого циклу підприємства

Якщо передбачається перепрофілювання, реорганізація, реструктуризація, диверсифікація на підприємстві, то інвестування можливе й на стадії "старіння". Ці заходи дозволяють заощаджувати практично всі види ресурсів, збільшувати обсяги продажу за рахунок розширення номенклатури (асортименту) порівняно з новим будівництвом.

І. А. Бланк [1] пропонує за стадіями життєвого циклу підприємства здійснити аналіз наступних показників у динаміці: обсягу продукції, загальної суми активів, суми власного капіталу, обсягу прибутку. Автором пропонується після визначення стадії життєвого циклу підприємства (ЖЦП) за терміном його існування визначити вплив фінансово-економічних результатів на його інвестиційну привабливість на підставі аналізу фінансової звітності.

Розглянутий підхід визначення ЖЦП використовується в умовах відносної стабільності ринкових відносин. Зараз в Україні цей підхід не можна повною мірою використовувати для суб'єктів господарювання. Це стосується особливостей становлення, розвитку та функціонування будь-якого підприємства в національній економіці. Якщо дотримуватися розглянутого підходу до визначення стадій ЖЦП, то практично усі підприємства, які були засновані до переходу до ринку, можуть бути відне-

сені тільки до останньої стадії ("старіння"). Значний термін економічної кризи стосувався та стосується усіх об'єктів та суб'єктів господарювання в Україні. Окрім того, у 2002 році більше половини підприємств країни були потенційними банкрутами, а діяльність близько 80% підприємств була збитковою. Починаючи з 1999 – 2000 рр. почалася стабілізація в економіці в цілому, а на окремих підприємствах спостерігалось зростання обсягів продукції (робіт, послуг) і відповідно поліпшення фінансового стану суб'єктів господарювання. Тому метою статті є обґрунтування рекомендацій щодо визначення стадій ЖЦП з урахуванням особливостей вжитих заходів стабілізації, оновлення та зростання обсягів виробництва (послуг).

На думку автора, для визначення стадій ЖЦП слід здійснити попередній аналіз роботи підприємства за такими етапами:

- 1) загальний аналіз діяльності підприємства — потенційного об'єкта інвестування після його створення (або перетворення у процесі приватизації);
- 2) конкретний аналіз впровадження заходів щодо оновлення асортименту (номенклатури) товарів народного споживання;
- 3) аналіз здійснення інноваційних заходів щодо впровадження новітніх технологій, обладнання, управління виробництвом тощо;
- 4) аналіз результатів перепрофілювання, реорганізації, реструктуризації або диверсифікації;
- 5) внесок підприємств у розвиток відповідної галузі, регіону чи економіки в цілому.

З урахуванням зазначеного вище пропонується механізм здійснення попереднього аналізу діяльності підприємства та визначення стадій ЖЦП (рис. 2).



Рис. 2. Схема визначення стадій життєвого циклу підприємства

На прикладі підприємств різних регіонів України здійснено аналіз діяльності суб'єктів господарювання та обґрунтовано визначення стадій ЖЦП конкретно по кожному підприємству.

У таблиці наведені характеристика діяльності і основні заходи, яких було вжито на підприємствах за три роки, що дає можливість обґрунтувати стадію їх життєвого циклу.

Таблиця

Характеристика підприємств

№ п/п	Підприємство	Характеристика діяльності	Вжиті заходи
1	2	3	4
Підприємства харчової промисловості			
1	АТ "Куп'янський хлібозавод" (Харківська обл.)	Здійснює закупку й переробку зерна та іншої сільськогосподарської продукції. Фінансові ресурси, отримані від емісії, у повному обсязі спрямовуються на реконструкцію устаткування та придбання нового обладнання з метою збільшення виробництва та розширення асортименту виробів підприємства.	Розширено асортимент хлібобулочних, кондитерських, макаронних та інших продовольчих продуктів. Було придбано млин для помолу зерна та проведено реконструкцію цеху бродіння.
2	АТ "Веселоподільський цукровий завод" (Сумська обл.)	Виробництво й реалізація цукру та солоду для лікєро-горілчаного виробництва. Усі кошти від емісії спрямовано на придбання нового обладнання з метою збільшення обсягів виробництва цукру та солоду, а також на поповнення обігових коштів.	Проводиться модернізація обладнання, удосконалено метод очищення цукру та використання вторинних матеріальних ресурсів даного виробництва.
3	АТ "Буринський цукровий завод" (Сумська обл.)	Виробництво й реалізація цукру та солоду для лікєро-горілчаного виробництва. Фінансові ресурси від емісії використані на збільшення обсягів переробки сировини та технічної реконструкції виробництва цукру.	Проводиться реконструкція виробництва цукру та удосконалення технології переробки сировини та виробництва солоду.

Закінчення таблиці

1	2	3	4
4	АТ "Львівська приварня" (Львівська обл.)	Виробництво пива, мінеральних вод, солоду. Всі кошти, отримані від випуску акцій, спрямовано на переобладнання виробництва, встановлення нового обладнання та збільшення обсягів виробництва пива до 10 млн. декалітрів.	Передбачається збільшити обсяг виробництва пива більше, ніж у 4 рази, за п'ять років, а саме виробляти по 2 млн. декалітрів напоїв на рік. Проводяться маркетингові дослідження та рекламні заходи (10% коштів від емісії спрямовано на ці цілі). Планується встановити нові технологічні лінії виробництва пива.
5	АТ "Український концерн хмелярства "Укрхміль" (Житомирська обл.)	Виробництво, вирощування, заготівля, переробка й реалізація хмелю, хмелепродуктів, посадкового матеріалу та іншої сільськогосподарської продукції. Переробка хмелю в гранули (в тому числі з давальницької сировини) з подальшою реалізацією. Оптова та роздрібна торгівля продовольчими товарами. Усі фінансові ресурси, залучені від емісії, використані виключно на поповнення обігових коштів, а саме — розширення виробництва та придбання хмелесировини для виробництва гранул хмелю.	Технологія виробництва відповідає вимогам міжнародного стандарту. Планується збільшити обсяги виробництва гранул хмелю, значно збільшити обсяги власного виробництва хмелю на орендованих земельних ділянках та обсяги виробництва саджанців хмелю.
Підприємства машинобудування			
1	АТ "Харківський інструментальний завод" (Харківська обл.)	Виробництво та реалізація металевої загорожі (сітки), інструментів виробничого й побутового призначення та товарів народного споживання (ТНС). За рахунок фінансових ресурсів від емісії проведено оновлення обладнання та його модернізацію.	Планується збільшити номенклатуру виробів та ТНС для реалізації у Харківському регіоні та за його межами.
2	АТ "Вовчанський агрегатний завод" (Харківська обл.)	Виробляє більше 40 найменувань торговельного обладнання та міні-заводів з переробки сільськогосподарської продукції. Фінансові ресурси використані насамперед на реконструкцію та модернізацію виробництва, проведення маркетингових і рекламних заходів щодо збільшення обсягів продажу виробів та ТНС.	Після зміни власника (стала фірма "РОСС") значно розширено асортимент та номенклатуру виробів. Продукція почала користуватися великим попитом і це позначилося на кінцевих результатах діяльності підприємства, а саме у 2002 році воно посіло 14 місце (у 2001 році воно було на 20 місці).
3	АТ "Павлоградський "Вентстат-завод" (Дніпропетровська обл.)	Виробництво та реалізація верстатів і вентиляційного обладнання, кльцевих виробів та бандажів, іншої промислової продукції, в тому числі на умовах давальницької сировини, а також ТНС. Кошти від емісії використані на модернізацію та оновлення виробничих потужностей.	Оновлена номенклатура виробів та ТНС. Передбачено проведення науково-технічних заходів за рахунок інвестиційного фонду підприємства з метою модернізації нарізних верстатів, впровадження автоматизованої системи на лінії, впровадження установок комп'ютерного технічного контролю.
4	АТ "Южкабель" (Харківська обл.)	Виробництво кабельно-провідникової продукції широкого асортименту та типорозмірів. Фінансові ресурси від емісії використані на збільшення обсягів, розширення асортименту кабельно-провідникової продукції.	Розроблено та отримано контракт на здійснення інвестиційного проекту "Виробництво кабельно-провідникової продукції", який передбачає оновлення продукції підприємства та розширення виробництва до 4 500 типорозмірів виробів. Вартість цього проекту складає 6,3 млн. дол. США.
5	АТ "ХТЗ" (Харківська обл.)	Виробництво тракторів різної потужності та міні-тракторів для фермерів, а також ТНС. Кошти від емісії використані на освоєння виробництва тракторів, які користуються попитом в Україні та за її межами.	Укладено угоди й отримано кредити на виробництво тракторів із двигуном фірми "Доц". Уведені три одиниці нових верстатів із ЧПУ. Освоюється виробництво тракторів таких серій: ХТЗ-17021, ХТЗ-16131, ХТЗ-2511, ХТЗ-1410. Товари народного споживання почали вироблятися в 1996 р., обсяг їх продажу планується збільшити до 10 млн. грн.

Усі підприємства пройшли етап перетворення в акціонерні товариства в процесі приватизації. Дані таблиці свідчать, що підприємства значно поліпшили результати своєї діяльності, що дало можливість використати фінансові кошти від емісії на переобладнання виробництва, оновлення асортименту та ін.

Акціонерне товариство "Український концерн хмелярства "Укрхміль" (Житомирська обл.) має велике значення для України з точки зору постачання продукції хмелярства — сировини для виробництва пива, хлібобулочних виробів та іншої продукції.

Цукрова галузь, яка підтримує життєвий рівень села, є однією з головних. На цукрових заводах тримаються регіональна економіка, бюджети та соціальна інфраструктура при заводських селищ (школи, лікарні, житло тощо). Перспектива галузі залежить від обсягів збуту за межами України.

Вивчення ринків збуту, розширення номенклатури та виробництво ТНС дозволили АТ "Павлоградський "Венстатзавод" (Дніпропетровська обл.) подолати кризовий фінансовий стан на підприємстві та забезпечити отримання прибутку.

Створення спеціального режиму інвестування (СПІД) у м. Харкові вплинуло на підвищення рівня ділової активності підприємств у 2000 – 2002 рр. У галузі машинобудування та виробництва обладнання Харківською інвестиційною радою було затверджено 13 проектів на суму 142,5 млн. дол. США. Кожна друга гривня вкладається в інвестиційний проект машинобудівного профілю, а СПІД став для харківських машинобудівних підприємств ефективним економічним механізмом ринкової боротьби.

Галузева спрямованість затверджених інвестицій свідчить про те, що більше 50% (51,5%) припадає на машинобудування, 12,9% — на харчову промисловість, а в інших галузях коливання складає 9,6 – 1,3%. Структура інвестиційних витрат відповідає науково-промисловій спрямованості економіки регіону, тобто більше 60% капіталу вкладається в обладнання, близько 20% — в обігові кошти, а в сировину та матеріали — до 7%. За організаційно-правовою ознакою 74,2% — це вітчизняні підприємства, 19,3% — спільні підприємства, 6,5% — підприємства з іноземним капіталом, тобто п'ята частина спільних, а кожне 15-те — підприємство з іноземними інвестиціями. Джерела затверджених інвестицій такі: прямі інвестиції — 28,3%; кредити — 8,1%; власні кошти — 56,5%; інші — 7,1% [5].

Позитивна динаміка інвестиційного процесу в регіоні складається завдяки наявності СПІД. Місто Харків має значний потенціал залучення інвестицій, а саме: вигідне географічне положення, наявність

інтелектуального та промислового потенціалу, досить емний власний ринок споживання.

Позитивний досвід функціонування спеціальних економічних зон (СЕЗ) та територій пріоритетного розвитку (ТПР) в Україні — мотивуючий фактор для інвесторів, які чекають і поступово перевіряють регіони на стійкість.

Серед 11-ти СЕЗ та 9-ти ТПР місто Харків — лідер разом із Донецькою, Закарпатською та Львівською областями.

Найважливішою галуззю промисловості залишається машинобудування: 25,1% загального обсягу промислового виробництва за 2002 рік припадає на машинобудування. Питома вага харчової промисловості продовжує збільшуватися й складає майже 30% загального обсягу виробництва. На 10 з 13 видів економічної діяльності в промисловості припадає 27,4% обсягу виробництва [5].

У 2002 році забезпечено зростання обсягів виробництва основних видів економічної діяльності, в тому числі харчової промисловості — на 111,3%, іншого виробництва — на 104,2% [5]. На загальні результати роботи промислового комплексу значний вплив мала робота провідних підприємств машинобудування. Підвищення рівня економічного розвитку Харківської області здійснюється за рахунок оновлення номенклатури продукції, впровадження науково-технологічних досягнень, проведення маркетингових досліджень.

Розглянутий аналіз кожного окремого підприємства підтверджує, що було здійснено ряд заходів щодо збільшення обсягів виробництва, оновлення (або розширення) асортименту чи номенклатури продукції, вжито заходи технічного характеру (переобладнання, реконструкція, модернізація чи диверсифікація). Це дало можливість підприємствам "вижити" в умовах економічної кризи, розширити обсяги реалізації та отримати прибутки у своїй діяльності. Розгляд діяльності регіонів, у яких розташовані ці підприємства, дав можливість виявити їх роль та значення для галузей, регіонів та економіки в цілому.

На підставі здійсненого поетапного аналізу підприємств та регіонів автором пропонується на прикладі десяти підприємств харчової промисловості та машинобудування провести обґрунтування стадії ЖЦП. Враховуючи позитивні та негативні сторони у діяльності підприємств, важливо встановити четверту стадію ЖЦП, а саме стадію, на якій відбувається стабілізація діяльності підприємства і підвищення обсягів продажу продукції та використання його виробничих потужностей. На думку автора, перші три стадії ЖЦП характерні для новостворених підприємств, коли триває освоєння виробництва і певних сегментів ринку та

підвищення рівня використання виробничих потужностей.

Таким чином, вивчення основних положень теорії ринку щодо визначення стадій ЖЦП і реальні умови функціонування українських підприємств в сучасних умовах, заходи щодо стабілізації та розширення сфери їх діяльності дали можливість запропонувати механізм визначення стадій ЖЦП. Визначення інвестиційної привабливості дає можливість інвестору ухвалити правильне рішення щодо інвестування коштів у підприємство. Інвестора завжди цікавить об'єктивна оцінка потенційного об'єкта інвестування з точки зору його інвестиційної привабливості, що потребує врахування стадії життєвого циклу підприємства як одного з основних факторів впливу на цей показник.

Література: 1. Бланк И. А. Инвестиционный менеджмент. — К.: МП "Итем ЛТД", "Юнайтед Лондон Трейд Лимитед", 1995. — 448 с. 2. Гойко А. Ф. Методи оцінки ефективності інвестицій та пріоритетні напрями їх реалізації. — К.: ВІРА-Р, 1999. — 320 с. 3. Проблеми розвитку інвестиційної діяльності [Гриньова В. М., Коюда В. О., Лепейко Т. І., Коюда О. П.]; / Під заг. ред. докт. екон. наук В. М. Гриньової. — Харків: Вид. ХДЕУ, 2002. — 432 с. 4. Коюда О. П. Інвестиційна привабливість і життєвий цикл підприємства // Коммунальное хозяйство городов. Научно-технический сборник. Сер. "Экономические науки". — К.: Техніка, 2002. — №46. — С. 49 – 57. 5. Internet: www.investments.kharkov.ua.

Стаття надійшла до редакції
4.03.2003 р.

УДК 658.152

Кузькин Е. Ю.

УПРАВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

Определены направления активизации инвестиционной деятельности предприятия и предложены основы совершенствования управления ею. Рассмотрены принципы и этапы формирования инвестиционного портфеля. Обоснованы методы оценки эффективности инвестиционных проектов.

Основу успешной финансовой деятельности субъекта хозяйствования в условиях развития

рыночной экономики представляет наращивание производственно-хозяйственного потенциала предприятия. Это, прежде всего, связано с созданием благоприятного инвестиционного климата, который характеризуется: мощным производственным потенциалом предприятия, совершенной структурой управления, высококвалифицированными кадрами, способными работать в новых условиях хозяйствования, и действенной законодательной базой, адекватной требованиям рыночной экономики. Для этого на предприятии необходимо осуществлять комплексный анализ, который целесообразно начинать с исследования его финансового состояния, объема собственных инвестиционных ресурсов, возможностей привлечения внешних источников финансирования. При этом необходимо учитывать, что качество управленческих решений, направленных на развитие инвестиционной деятельности, зависит от объективности, полноты и доступности информационной базы.

Вопросами управления инвестиционной деятельностью субъектов хозяйствования занимались известные ученые-экономисты И. Бланк, А. Воронцовский, Л. Павлова, Д. Норткотт, Ф. Фабозци, однако в их работах не в полной мере были рассмотрены возможности активизации инвестиционной деятельности предприятия в рыночной экономике. Поэтому выбор инвестиционных проектов, которые предприятие может реализовать в конкретных производственно-хозяйственных условиях, формирование инвестиционного портфеля представляются актуальными направлениями совершенствования деятельности субъектов хозяйствования. Таким образом, цель данной работы заключается в исследовании возможностей совершенствования управления инвестиционной деятельностью промышленного предприятия.

Известно, что финансы предприятия представляют собой совокупность отношений, возникающих в процессе создания денежных средств субъекта хозяйствования, которые используются на расширение производства, стимулирование кадрового потенциала предприятия, улучшение условий труда и быта его работников [1]. Финансовые ресурсы, которые необходимы для финансирования инвестиционных проектов в условиях рынка, могут образовываться за счет собственных денежных средств предприятия, заемных и привлеченных средств. Источниками собственных финансовых ресурсов субъекта хозяйствования являются: прибыль; амортизационные отчисления; средства, полученные от продажи ценных бумаг; паевые и другие взносы юридических и физических лиц; а кредит и займы характеризуют совокупность привлеченных средств предприятия. Поэтому особенно важно в новых

условиях хозяйствования оценить реальные возможности предприятия по этим источникам финансирования, а также его платежеспособность, которая является одним из основных показателей финансовой устойчивости и рыночной стоимости.

Инвестиционная деятельность предприятия позволяет обеспечить ему реальную основу для достижения не только основной цели деятельности в рыночных условиях хозяйствования — получение максимальной прибыли, но и создать благоприятные условия для стратегического развития, приводящего к улучшению социального климата, сохранению и укреплению трудового потенциала субъекта хозяйствования.

Как показывает опыт промышленно развитых зарубежных стран, реализация инвестиционных проектов на предприятии создает условия для его развития, наращивания производственного потенциала и объемов производства конкурентоспособной продукции [1]. Однако возможности такой реализации необходимо рассматривать в конкретных производственно-хозяйственных условиях, исходя из реальных экономических предпосылок. Известно, что важную роль при этом играет инвестиционный риск, который выступает вероятностной оценкой инвестиционной деятельности предприятия, поэтому его количественное измерение не может быть однозначным и предопределенным, так как этот процесс зависит от целого ряда обстоятельств, а также от вида инвестиционного риска и значения его интегральной оценки. Различным видам инвестиций присущи различные виды инвестиционного риска. Например, финансовые инвестиции более ликвидны, а реальные — более защищены от инфляционных процессов, что особенно актуально в странах, где среднегодовой уровень инфляции превышает умеренный предел (до 10 процентов).

Активизация инвестиционной деятельности субъекта хозяйствования зависит от его успешной деятельности в процессе формирования портфеля ценных бумаг, который служит источником дополнительных средств для развития предприятия. При этом основными принципами формирования инвестиционного портфеля являются его безопасность и доходность вложений, а также рост ликвидности ценных бумаг. В большинстве случаев успех в формировании инвестиционного портфеля зависит от правильного распределения средств по типам активов. Оптимальное соотношение ценных бумаг, составляющих инвестиционный портфель, зависит от конкретных условий и целей производственно-хозяйственной деятельности предприятия и определяется с помощью экономико-математических методов моделирования, которые достаточно широко описаны в экономической литературе.

Формирование инвестиционного портфеля предприятия целесообразно осуществлять в несколько этапов:

- формулирование целей его создания и определение их приоритетности;

- планирование уровня риска, минимальной прибыли и отклонения от ожидаемой прибыли;

- определение оптимального соотношения ценных бумаг, входящих в инвестиционный портфель.

Все предприятия в разной степени связаны с инвестиционной деятельностью. В условиях нестабильности внешней среды процесс принятия решений по разработке и реализации инвестиционных проектов осложняется различными факторами: видом инвестиций, стоимостью инвестиционного проекта, совокупностью доступных предприятию проектов, ограниченностью финансовых ресурсов, уровнем риска, связанным с принятием инвестиционного решения. Однако необходимость наращивания объемов конкурентоспособной продукции как условие адаптации предприятий к рыночной среде вынуждает их вести активную производственно-хозяйственную деятельность. Поэтому сегодня перед субъектами хозяйствования стоит задача преодоления тенденций, негативно влияющих на развитие их инвестиционной деятельности.

К основным факторам, способствующим развитию инвестиционной деятельности предприятия, можно отнести следующие: обновление его материально-технической базы; наращивание объемов производственной деятельности; освоение новых видов деятельности. При этом степень ответственности за принятие инвестиционного решения в рамках развития того или иного направления различна. Как правило, инвестиционные решения принимаются в условиях, когда представлены альтернативные или взаимно независимые проекты, поэтому необходимо использовать научно обоснованный механизм их отбора.

Одной из составляющих такого механизма является оценка эффективности инвестиционных проектов, которая должна быть проведена с учетом дисконтирования. Такой подход связан с необходимостью адекватного сравнения количественных показателей, входящих в оценку эффективности инвестиционных проектов. Известно, что процесс реализации инвестиционного проекта связан с фактором времени, поэтому необходимо оценить финансовые ресурсы, которые предполагается задействовать в конкретном инвестиционном проекте, с учетом возможности их инфляции и альтернативных вариантов вложения [2]. Методы оценки эффективности инвестиционных проектов описаны многими отечественными и зарубежными учеными-экономистами. Однако в процессе практического

использования этих методов необходимо обратить внимание на показатели, которые требуют дисконтирования, и не дисконтировать те показатели, которые характеризуют финансовые вложения, предполагающие использование в настоящий момент времени. Это позволит объективно оценить эффективность инвестиционных проектов и выбрать для реализации один из них, представляющий лучшие инвестиционные характеристики для конкретного предприятия.

Таким образом, совершенствование управления инвестиционной деятельностью предприятия в условиях развития рыночной экономики связано с необходимостью выбора и реализации инвестиционных проектов, формирования инвестиционного портфеля предприятия, что позволит привлечь необходимые средства, обновить основные фонды, укрепить трудовой потенциал, создать дополнительные рабочие места и улучшить условия труда на предприятии. Этот процесс должен постоянно находиться в развитии и совершенствовании, направленных на адаптацию организационных структур управления к быстроменяющимся условиям внешней среды; использование новейших методов оптимизации инвестиционного портфеля и методик оценки эффективности инвестиционных проектов.

Литература: 1. Френк Дж. Фабодди. Управление инвестициями. — М.: ИНФРА-М, 2000. — 932 с. 2. Бланк И. А. Инвестиционный менеджмент. — М.: Никс-Центр; Эльга-Н, 2001. — 448 с.

Статья надійшла до редакції
4.03.2003 р.

УДК 657.225

Фартушняк О. В.

ПРИЗНАНИЕ И ОЦЕНКА ФИНАНСОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ

Рассмотрены проблемы учета и признания финансовых инструментов. Проведен сравнительный анализ оценки финансовых инструментов по отечественным и зарубежным учетным стандартам. Предложена классификация и оценка финансовых инструментов, сделаны соответствующие выводы.

В настоящее время в Украине осуществляется процесс реформирования системы бухгалтерского учета, главной задачей которого является приведе-

ние национальной системы бухгалтерского учета и отчетности в соответствие с международными учетными стандартами.

Однако проблемы и нерешенные вопросы остаются: и в законодательстве, и на практике нет полного и единого понимания рыночного воздействия на экономику и всю систему учета в целом. Требуются новые нормативные документы, необходимо дальнейшее совершенствование системы бухгалтерского учета в Украине.

В последнее время предприятия используют все более сложные инструменты для финансирования своей деятельности, что приводит к многочисленным проблемам, с которыми сталкиваются как те, кто готовит финансовые отчеты, так и пользователи этих отчетов. В этой связи актуальная проблема учета и оценки финансовых инструментов на предприятиях Украины требует отдельного рассмотрения.

Основная цель данного исследования:

- проведение сравнительного анализа оценки финансовых инструментов по отечественным и зарубежным стандартам;
- рассмотрение классификации финансовых инструментов.

В отечественном бухгалтерском учете термин "финансовые инструменты" является новым, так как используется в международной учетной практике не так давно.

Впервые Комитет по международным стандартам бухгалтерского учета издал в 1994 г. детальный проект Е 48, который урегулировал вопросы учета финансовых инструментов. Потом было решено развивать эту тему в два этапа. Наиболее сложный этап касался определения и нормирования финансовых инструментов. В декабре 1998 г. вышел МСБУ 39 "Финансовые инструменты: признание и оценка". В Украине Положение (стандарт) бухгалтерского учета 13 "Финансовые инструменты" было впервые принято в ноябре 2001 г.

В соответствии с П(С)БУ *финансовые инструменты* — это контракт, который одновременно приводит к возникновению финансового актива у одного предприятия и финансового обязательства или инструмента собственного капитала у другого предприятия [1].

В теории и практике бухгалтерского учета существуют некоторые учетные проблемы, связанные с финансовыми инструментами, в частности, с их признанием и оценкой.

Признаются финансовыми инструментами активы и обязательства вследствие заключения твердых контрактов на приобретение или продажу товаров (работ, услуг). Отражаются в балансе финансовые активы и финансовые обязательства после воз-

никновения права на получение такого актива или такого обязательства на его передачу. Например, запасы и основные средства не являются финансовым инструментом, поскольку не существует контрактного права получать деньги или другие финансовые активы. Обязательство по налогу на прибыль не является финансовым инструментом, так как это обязательство предусмотрено законом, а не контрактом. А инвестиции в обычные акции признаются финансовым инструментом, поскольку они являются инструментом капитала другой компании.

Производные финансовые инструменты признаются в тот момент, когда предприятия становятся сторонами контракта, даже если он имеет нулевую чистую стоимость на эту дату. Так, фьючерс является финансовым инструментом, поскольку существует контрактное обязательство выпустить инструмент капитала.

Инструменты собственного капитала признаются одновременно с признанием финансового актива или финансового обязательства или со списанием другого инструмента собственного капитала.

Таким образом, основным моментом признания финансовых инструментов является заключение контракта с соответствующим получением юридических прав обеими сторонами.

Кроме того, в учете для признания финансовых инструментов необходимы две даты. Первая — дата операции — это дата, когда предприятие обязуется приобрести финансовый актив. Как правило, на такие активы и обязательства не начисляются про-

центы до даты расчетов. Вторая — дата расчетов — это дата, когда актив передается предприятию.

На основе изучения П(С)БУ 13 и МСБУ 39 автор предлагает следующую классификацию и оценку финансовых инструментов (таблица).

Для финансовых инструментов существует первоначальная оценка и последующая. В соответствии с П(С)БУ 13 предприятию следует первоначально оценивать финансовые активы или финансовые обязательства в своем балансе по фактической стоимости, которая является их справедливой стоимостью с учетом расходов на приобретение. В международной практике финансовые инструменты оцениваются по справедливой стоимости.

После первичного признания предприятию следует оценивать финансовые активы по справедливой стоимости, за исключением дебиторской задолженности, не предназначенной для перепродажи, кредитов или другого актива, который не имеет рыночной стоимости котируемой. Такие финансовые активы следует оценивать по себестоимости. Финансовые активы, которые имеют фиксированный срок гашения (например, финансовые инвестиции), оцениваются по амортизированной себестоимости с применением метода эффективной ставки процента.

Все финансовые активы необходимо пересматривать на каждую дату баланса относительно уменьшения полезности. Если существует объективное свидетельство об уменьшении полезности финансового актива, то его стоимость следует уменьшить до оценочной суммы, которая восстанавливается.

Таблица

Классификация и оценка финансовых инструментов

При- знак	Финансовые инструменты	Примеры	Последующая оценка	
			по МСБУ 39	по П(С)БУ 13
Первичность признания	Финансовый актив — это денежные средства и их эквиваленты; контрактное право получать денежные средства или другой финансовый актив; контрактное право обменивать финансовые инструменты с другими предприятиями	валюта, депозиты; векселя полученные; дебиторская задолженность	себестоимость	справедливая стоимость
	Финансовое обязательство — это какое-либо контрактное обязательство, которое позволяет передавать денежные средства, другой финансовый актив или обменивать финансовые инструменты	кредиторская задолженность; векселя и облигации к оплате	амортизированная стоимость	амортизированная стоимость
	Инструмент капитала — это контракт, подтверждающий право на часть в активах предприятия, которая остается после вычета его обязательств	обычные акции; варранты; опционы	амортизированная стоимость	не определено в П(С)БУ
Вторичность признания	Сложный инструмент — который содержит компонент финансовых инструментов и компонент инструмента капитала	долговые ценные бумаги с закладным опционом конвертирования	амортизированная стоимость	не определено в П(С)БУ
	Производный инструмент, расчеты по которому будут производиться в будущем, который не требует начальных инвестиций и стоимость которого будет изменяться	форвардные контракты; фьючерсные контракты; свопы	рыночная стоимость	справедливая стоимость

После первичной оценки предприятия должны оценивать все финансовые обязательства по амортизированной стоимости, за исключением финансовых обязательств, предназначенных для перепродажи и производных финансовых инструментов, которые следует оценивать по их справедливой стоимости. Если финансовое обязательство по производным финансовым инструментам невозможно достоверно определить, то оно должно оцениваться по себестоимости.

Предприятию не следует признавать финансовый актив, когда оно теряет контроль по контрактному праву по этому активу. Предприятию также не следует признавать финансовое обязательство тогда, когда обязательства, определенные в контракте, приостанавливаются, отменяются или заканчиваются.

В заключение можно сделать вывод, что принятие П(С)БУ 13 "Финансовые инструменты" является безусловно важным событием в отечественной учетной практике. Однако, исходя из проведенного анализа оценки финансовых инструментов по П(С)БУ и МСБУ, можно утверждать, что еще не все стороны этой проблемы освещены, поэтому возникает множество вопросов, которые необходимо конкретизировать в П(С)БУ. Кроме того, система аналитического учета финансовых инструментов все еще требует совершенствования и доработки.

Литература: 1. Положение (стандарт) бухгалтерского учета 13 "Финансовые инструменты", утвержденный приказом Министерства финансов Украины от 30.11.2001 №559 // Все о бухгалтерском учете. — 2002. — №84 (751). — С. 39 – 42.
2. Голов С. Д., Коспаченко В. М. Бухгалтерський облік за міжнародними стандартами. — К.: Екаунтінг, 2000. — 840 с.
3. Примостка Л. Фінансові інструменти та особливості їх відображення в бухгалтерському обліку: методологічні аспекти // Бухгалтерський облік і аудит. — 2001. — №12. — С. 9 – 15.

Стаття надійшла до редакції
24.01.2003 р.

УДК 658.7

Гонтарева І. В.

РУШІЙНА СИЛА ПОТОКОВИХ ПРОЦЕСІВ У ЛОГІСТИЦІ

Удосконалено поняття "потік" та визначено рушійну силу логістичного потоку, що формує наявність та взаємодію трьох компонентів: інформації, попиту, грошових потоків.

З позицій загальної теорії логістики ринково орієнтоване виробництво можна задати як сукупність певним чином організованих потоків усіх видів ресурсів, що використовуються, у процесі їхньої трансформації від вихідних компонентів виробництва в товар, що має споживчу вартість і забезпечує регенерування економічного потенціалу підприємства для розширеного відтворення [1, 2]. У визначенні ринково орієнтованого виробництва провідним поняттям є "потік".

М. Портер [3] використовує 11 компонентів рушійної сили, що визначають ринкові умови. Однак їх відношення до рушійної сили потоку не завжди прямо виражається. У зв'язку з цим необхідно уточнити й пов'язати категорію "потік" та його рушійну силу.

На базі суспільних потреб формується попит на товари, а звідси й передумови (потенціал) для виникнення матеріального потоку, які визначають напрямок руху від постачальника сировини до споживача готової продукції. Зміни в складі й структурі потоків в логістичних ланцюгах залежать від змін в параметрах попиту. Від стану попиту на ринку залежить, яку кількість готової продукції необхідно виробити згідно з технічними та технологічними інноваціями підприємства та, відповідно, яку кількість матеріальних, енергетичних та інших ресурсів необхідно придбати, а також потрібний склад та рівень кваліфікації робітників. Якщо на продукцію, яку виробляє підприємство, попиту немає, то немає й потреби у русі матеріальних, фінансових та інших потоків.

Сам рух матеріального потоку починається з авансування грошей на закупівлю потрібних для виробництва ресурсів та виникнення циклу гроші – товар – гроші. Як економічна категорія "обіг капіталу" є важливою умовою функціонування підприємства, який забезпечує постійне регенерування доходу та протікання усіх виробничих, у тому числі поточкових процесів. Таким чином, обсяг фінансових ресурсів визначає потужність товарного потоку.

Капітал, який використовується у виробництві, на протязі свого кругообігу функціонує у трьох головних формах: грошовій, матеріальній та виробничій. На першій фазі грошові кошти авансуються у фактори виробництва та перетворюються тим самим в виробничу форму. На другій фазі здійснюється виробниче споживання робочої сили та засобів виробництва для створення матеріальних благ у вигляді готового продукту. На третій фазі кругообігу матеріальна форма вартості переходить у грошову та формується виручка від реалізації. У зв'язку з тим, що капітал на підприємстві присутній одночасно у всіх його формах, цикл обігу формується завдяки взаємодії матеріальних, грошових та інформаційних потоків.

Переробка потоків інформації, тобто управління, бере участь в перерозподілі ресурсів між учасниками процесу товароруху й формує структуру потоку та його форму.

У зв'язку з цим "логістичний потік" варто трактувати як триєдиний процес руху та трансформації сукупності ресурсів під дією попиту на кінцеву продукцію, який взаємозумовлений рухом фінансових коштів та узгодженої з ними інформації.

Тільки наявність та взаємодія всіх трьох компонентів формує рушійну силу логістичного потоку та його тришарову структуру: інформація, сукупність ресурсів, грошові потоки. Ці компоненти взаємодіють та впливають один на одного в процесі руху, в результаті чого формуються характеристики логістичного потоку.

Велика роль ефективного управління інтенсивністю руху кожного потоку і збалансованості їх у процесі обігу визначається наступними факторами.

1. Темпи розвитку, фінансова стійкість підприємства, збалансованість обсягів постачання і збуту продукції визначаються тим, наскільки різні види потоків синхронізовані між собою за формами, обсягами та часом. Так як фінансування випуску продукції в поточний період часу здійснюється за рахунок одержуваного в цей період виторгу, то повинен виконуватися баланс між обсягом випуску продукції з урахуванням витрат на планований період та виторгом, що надходить у цей період.

2. Раціональне формування потоків у грошовій і матеріальній формах сприяє підвищенню ритмічності операційного циклу підприємства. Будь-який збій у грошовому потоці капіталу негативно позначається на формуванні запасів сировини матеріалів, запасів готової продукції. Аналогічно, будь-який збій у матеріальному потоці негативно позначається на формуванні вхідного грошового потоку. Таким чином, економічна ефективність функціонування підприємства залежить від відповідності номенклатури, якості, обсягу та термінів постачання продукції потребам та рівням доходу споживачів.

3. Ефективне управління потоками забезпечує зниження ризику банкрутства. Ціна продукції повинна забезпечувати покриття (відшкодування) витрат і забезпечувати раціональний рівень прибутку. Але навіть якщо підприємство успішно діє, то неплатоспроможність може проявитися як наслідок незбалансованості потоків. У той же час прискорення оборотності потоку дозволяє скоротити потреби підприємства в залученні капіталу з зовнішніх джерел.

Системна оптимізація економічних потоків у конкурентному середовищі припускає сполучення економічних інтересів учасників ланцюга (постачальників ресурсів — виробників товару — кінцевих

споживачів), що забезпечуються попитом. Споживчий попит викликає виробничо-технологічний попит, створюючи своєрідний зворотний зв'язок між споживачем і ринком, споживачем і виробництвом.

Задачею логістики є управління безперервністю й стійкістю поточних процесів. Процес управління потоками ресурсів підприємства повинен базуватися на визначених принципах.

1. *Принцип спостереження* (інформативної вірогідності). Як і кожна управлінська система, управління потоками ресурсів повинне бути забезпечено необхідною інформаційною базою. Дані, які використовуються для управління, мають задовольняти наступний комплекс умов:

легкість інтерпретації в термінах факторів — загальноекономічних і загальнопромислових;

достатність інформації, що характеризує повний стан досліджуваного підприємства;

можливість одержання інформації на реально діючому об'єкті.

2. *Принцип забезпечення збалансованості потоків*. Керування потоками ресурсів підприємства повинно забезпечити їх підпорядкованість єдиним цілям функціонування підприємства, погодженість їх за видами, траєкторією руху, потужністю, інтенсивністю, швидкістю й іншими істотними характеристиками.

3. *Забезпечення інтегральності потоку*. Процес руху потоків ресурсів характеризується істотною нерівномірністю надходження й витрат окремих форм і видів у розрізі тимчасових інтервалів. Це пов'язано з невідповідністю ритмів (постачання чи виробництва), а також випадкових змін попиту за проміжком часу між постачаннями. Запаси невикористаних ресурсів мають характер непродуктивних активів, що втрачають свою вартість у часі від морального, фізичного зносу та з інших причин, що істотно впливають на ефективність управління.

4. *Принцип забезпечення ліквідності*. У системі управління матеріальними потоками необхідно вчасно використовувати сукупність запасів, що формують ці потоки, шляхом їх залучення до виробничого процесу. У системі грошових потоків забезпечення ліквідності означає підтримку необхідної платоспроможності підприємства протягом усього періоду, не допускаючи утворення дефіциту коштів. Реалізація цього принципу забезпечується шляхом відповідної синхронізації позитивного і негативного грошових потоків у розрізі кожного тимчасового інтервалу розглянутого періоду.

Таким чином, взаємодія попиту, грошових ресурсів та інформації формує рушійну силу поточних процесів і є фактором для управління ними. Це дозволяє перейти до задач формалізації та моде-

лювання сукупності логістичних потоків підприємства.

Література: 1. Бауэрсокс Доналд Дж., Клосс Дэйвид Дж. Логистика: Интегрированная цепь поставок / Пер. с англ. — М.: ЗАО "Олимп-Бизнес", 2001. — 640 с. 2. Крикавський Є. Логістика: Навчальний посібник. — Львів: Національний університет "Львівська політехніка", 1999. — 264 с. 3. Портер Майкл Е. Стратегія конкуренції / Пер. з англ. А. Олійник, Р. Скільський. — К.: Основи, 1997. — 390 с.

Стаття надійшла до редакції
19.12.2002 р.

УДК 658.8.017.3(477)

Жуковин А. В.

ОРГАНИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГА НА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ В УКРАИНЕ

Рассматриваются маркетинговая деятельность малого предприятия, традиционные варианты построения структур служб маркетинга и анализируется их эффективность на малых предприятиях Украины. Предлагается новый подход к организации маркетинговой деятельности малого предприятия, связанный с введением в штат дополнительной должности "маркетинговый интегратор".

В условиях продолжения рыночных реформ в Украине расширение производства в сочетании с ограниченной платежеспособностью населения приводит к обострению конкуренции в розничной торговле, бытовом обслуживании населения, общественном питании. Это традиционные отрасли для таких субъектов хозяйствования, как малые предприятия.

Исследования влияния малого предпринимательства на различные общественные процессы дают возможность сделать объективный вывод о важном экономическом и социально-политическом его значении. Однако типичной чертой малого предпринимательства является его нестойкость, слабая жизнеспособность. Причем корни этого явления — в большей восприимчивости малых предприятий, по сравнению с крупными формами предпринимательства, к воздействиям внешней среды.

В этой связи в работах украинских ученых [1] указывается на так называемое "основное противоречие малого предпринимательства", которое состоит в том, что высокая экономическая и социальная значимость малого предпринимательства, выполняющего стабилизирующую роль в рыночной

экономике, противостоит слабой жизнеспособности его субъектов.

В большинстве работ украинских исследователей малого предпринимательства [1; 2] выделяются такие основные формы решения основного противоречия малого предпринимательства, как государственная поддержка, интеграционная поддержка, а также самоорганизация и кооперирование. Следует отметить, что все эти формы относятся к *внешним формам воздействия на малое предприятие.*

Однако, к сожалению, недостаточно внимания уделяется *внутренним* формам решения основного противоречия малого предпринимательства.

Рассмотрение сути проблемы указывает на необходимость повышения устойчивости малого предприятия на рынке и уменьшения его зависимости от внешней среды. В существующей ситуации вход в сегмент рынка, где функционируют малые предприятия, для еще одного субъекта достаточно прост. Как следствие, чтобы успешно конкурировать, малым предприятиям необходимо досконально изучать "правила игры" на рынке, перейти к маркетинговой философии ведения бизнеса, ориентации на клиента и его потребности [3].

Большинство исследователей, как украинских, так и зарубежных, уделяют достаточное внимание осуществлению маркетинга на малых предприятиях. Но следует иметь в виду и то, что для эффективного осуществления маркетинга необходима, прежде всего, *рациональная организация деятельности.*

Под организацией маркетинговой деятельности можно понимать установление четкой последовательности и взаимосвязи действий, процедур, которые вытекают из определенных связей структурных подразделений организации [4]. В большинстве источников организация маркетинговой деятельности рассматривается, исходя из наличия на предприятии службы маркетинга — обособленного подразделения, основные задачи которого сводятся к сбору и анализу исходной информации, планированию и прогнозированию, оперативной работе [5].

Рассмотрим некоторые общие варианты построения структур служб маркетинга, типичные для отечественных предприятий любых организационных форм.

Организация маркетинга по "функциям" означает, что все рынки и виды выпускаемой продукции могут рассматриваться в виде некоторых однородностей, для которых вполне достаточно четкая специализация подразделений по направлениям. Это оптимальная организация структуры, когда видов продукции и рынков немного.

Организация "по видам продукции" полезна в тех случаях, когда предприятие выпускает несколько видов продукции, ориентированных на разные

категории потребителей и требующих к тому же организации специального сервиса.

Организация "по рынкам" является более общей, чем "по видам продукции", и подразумевает под термином "рынок" какую-либо конкретную отрасль. Такая структура считается целесообразной, если для продвижения продукции на рынок требуются специфические знания по её использованию в конкретных отраслях.

Организация "по территориям" считается выгодной, когда в каждом из выделенных регионов номенклатура продукции не очень разнообразна, а различия между потребителями незначительны. В структуре отдела маркетинга предприятия каждый менеджер отвечает за определенный географический регион.

На практике нередко используются и различные смешанные схемы организации службы маркетинга.

Анализ численности занятых на малых предприятиях в Украине показывает, что в среднем на малом предприятии работают до 15 человек. При таком уровне численности персонала малому предприятию практически невозможно содержать отдельную службу маркетинга.

Организационные особенности малых предприятий таковы, что, обладая самостоятельностью в осуществлении хозяйственной деятельности, они имеют все возможности обеспечивать управление производственными процессами и снабженческо-сбытовыми операциями на основе простых организационных структур при минимальной численности работников административного аппарата и их взаимозаменяемости. При этом для осуществления многих функций управления при отсутствии ряда служб, характерных для большинства структур, малые предприятия на договорных началах могут пользоваться услугами специализированных предприятий.

Следует отметить, что механизм консультационной поддержки малых предприятий в действительности еще практически не развит, хоть и задекларирован.

Российские исследователи маркетинга указывают, что на малом предприятии большинство функций маркетинга может выполнять директор. Но специфика малого предприятия такова, что в большинстве случаев директор является также и его учредителем и в силу занятости решением других вопросов, касающихся деятельности предприятия, а также (во многих случаях) отсутствия специальных навыков не может выполнять необходимый набор функций маркетинга.

Поэтому целесообразно применить следующий подход.

Если организовывать маркетинговую деятельность малого предприятия "по функциям" (как отмечалось ранее, это наиболее рациональный подход при ограниченном ассортименте товаров и услуг),

то не нужно создавать для выполнения каких-либо функций маркетинга отдельные структурные подразделения ввиду ограниченности организационных ресурсов. При этом достаточно иметь в штате одного квалифицированного специалиста с образованием по маркетингу. Условно назовем такую должность "маркетинговый интегратор". Он будет сам как организовывать, так и интегрировать выполнение отдельных функций маркетинга остальными подразделениями предприятия.

При организации маркетинга таким способом следует обратить внимание на некоторые ключевые моменты:

координацию деятельности. Необходимо четко регламентировать порядок контактов маркетингового интегратора с различными подразделениями предприятия. Обмен информацией может происходить в рамках неформальной непрограммируемой координации или в рамках групповой координации, например, на еженедельных совещаниях. Эффективно совмещать эти два подхода;

делегирование полномочий. Руководитель предприятия должен четко определить круг обязанностей маркетингового интегратора и порядок отчетности о проделанной работе.

Основные преимущества такого подхода к организации маркетинговой деятельности малого предприятия таковы:

системность. Выполнение всех функций маркетинга координирует и контролирует один человек, подотчетный руководителю предприятия;

инновационность. При налаженных внутриорганизационных коммуникациях маркетинговый интегратор владеет достаточным количеством информации для внесения предложений по увеличению эффективности деятельности предприятия.

Учитывая сказанное выше, можно сделать вывод, что подобный подход к организации маркетинговой деятельности малого предприятия может оказаться одним из эффективных способов повышения жизнеспособности малого предприятия на рынке и достижения конкурентных преимуществ. Перспективы исследований в данном направлении могут быть связаны с изучением механизмов координации и мотивации специалистов-маркетологов малого предприятия.

Как свидетельствует опыт работы автора на малом предприятии "Агентство реализации подшпиков" (основная сфера деятельности — дистрибуция подшпиков для сельхозтехники, автотранспорта, промышленного оборудования по Украине), применение описанного подхода позволило решить ряд задач, стоящих перед фирмой:

1. При организации сбыта "по территориям" внедрение медиа-планирования позволило достичь

рационального размещения рекламы в региональных и всеукраинских изданиях, отслеживания эффективности рекламы, что в конечном итоге привело к экономии рекламного бюджета на 20%.

2. Систематизация информации о клиентах. Совместно с отделом сбыта была создана компьютерная программа "Карточка клиента", содержащая информацию о клиентах, что позволило работать с ними более эффективно, ориентироваться в работе на их потребности. Также внедрена система поиска новых клиентов.

3. Налаживание связей с рекламными агентствами привело к сокращению затрат (за счет скидок) на полиграфическую и сувенирную продукцию, а также на размещение рекламы за счет заключения долговременных договоров.

4. Отслеживание информации о конкурентах совместно с отделами сбыта и снабжения дает возможность вести программу "прайс-листы", которая позволяет сравнивать цены фирмы с ценами конкурентов, что является одним из основных моментов определения цены на продукцию и на достаточно насыщенном рынке приводит к достижению конкурентного преимущества.

Література: 1. Варналій З. С. Мале підприємництво: основи теорії та практики. — К.: Т-во "Знання", КОО, 2001. — 276 с. 2. Герасимчук Г. В. Проблеми розвитку малого бізнесу в Україні // *Фінанси України*. — 1998. — №9. — С. 110–113. 3. Бреднов А. А. Маркетинг малого підприємства: практичне посібник. — К.: ВИРА-Р, 1998. — 384 с. 4. Мильнер Б. З. Теорія організації: Учебник. — М.: ИНФРА-М, 1999. — 480 с. 5. Сирополис Н. К. Управление малым бизнесом. Руководство для предпринимателей: Пер. с англ. — М.: Дело, 1997. — 672 с.

Стаття надійшла до редакції
17.12.2002 р.

УДК 658.8

**Марченко А. В.,
Афанасьев А. А.**

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ПЛАНИРОВАНИЯ И КОНТРОЛЯ ПРОДАЖ ПРЕДПРИЯТИЯ

Изложены результаты исследований по изучению взаимосвязи между изменением плановой средней отпускной цены отдельного товара и получением плановой маржинальной прибыли от его реализации.

© Марченко А. В., Афанасьев А. А., 2003

Первым шагом в планировании деятельности предприятия является планирование объемов продаж, в рамках которого определяются плановые объемы сбыта по продавцам и регионам, ассортимент, базовые цены, системы скидок и разрабатывается шкала скидок. В работах ученых-экономистов [1; 2; 3] изложены основные методические положения по расчету объема продаж, затрат и прибыли предприятия. Однако в условиях динамики рынка при расчете объемов продаж необходимо иметь гибкую систему цен и скидок. Проблема разработки шкалы скидок не решена как в теоретическом, так и в практическом отношении.

При разработке шкалы скидок учитывается целевой контингент покупателей предприятия, желаемая средняя норма рентабельности продаж и средний размер скидки, определяющий среднюю отпускную цену товара и размер маржинальной прибыли от его реализации. В статье изложены результаты исследований по изучению взаимосвязи между изменением плановой средней отпускной цены отдельного товара и получением плановой маржинальной прибыли от его реализации.

Система показателей эффективности продаж должна не только отражать степень выполнения плановых заданий, но и анализировать влияние изменения различных параметров продаж на финансовые результаты предприятия.

Предположим, предприятие производит и реализует только один вид товара. В предыдущем отчетном периоде (назовем его базовым периодом) была реализована 1000 единиц товара по средней отпускной цене 12 грн./ед. (без учета косвенных налогов и сборов), чистый доход составил 12000 грн. Здесь и далее средняя отпускная цена товара будет рассматриваться без учета косвенных налогов и сборов, поскольку это упрощает задачу, а системы управленческого учета на современных предприятиях позволяют это достаточно легко сделать.

В плановом периоде руководство предприятия принимает решение об увеличении продаж за счет снижения средней отпускной цены товара на 2%. При этом вместе с ростом продаж ожидается увеличение маржинальной прибыли на 20%, сохраняя переменные расходы на уровне 8 грн./ед., а постоянные расходы — на уровне 3000 грн. Задача состоит в определении минимально необходимого прироста объема чистого дохода от продаж, удовлетворяющего заданным условиям.

Для решения данной задачи используем понятийный аппарат и набор показателей системы директ-костинг [1; 2; 3] и введем понятие *маржинальной рентабельности продаж (MR)* как отношения размера маржинальной прибыли (MP) к чистому доходу от реализации (V).

Формулы базовой и плановой маржинальной рентабельности имеют вид:

$$MR_b = \frac{MP_b}{V_b}, MR_n = \frac{MP_n}{V_n} \quad (1)$$

где MP_b, MP_n — базовая и плановая маржинальная прибыль, грн.;

V_b, V_n — базовый и плановый чистый доход от реализации, грн.

Данный показатель удобен тем, что зависит от колебаний средней цены и не учитывает колебаний объемов продаж в натуральных единицах.

Действительно,

$$MR_b = \frac{MP_b}{V_b} = \frac{(p_b - VC) \times Q_b}{p_b \times Q_b} = 1 - \frac{VC}{p_b} \quad (2)$$

где p_b — базовая средняя цена товара, грн.;

VC — переменные расходы на единицу товара, грн.;

Q_b — базовый объем продаж, шт.

Обозначим индекс маржинальной прибыли (в долях единицы):

$$i = \frac{MP_n}{MP_b} \quad (3)$$

Переменные расходы на единицу товара можно выразить так:

$$VC = p_b \times (1 - MR_b) \quad (4)$$

Далее, проводя преобразования, получаем формулу определения ожидаемого чистого дохода от реализации при запланированном размере средней скидки и плановом индексе роста маржинальной прибыли, исходя из базовых показателей чистого дохода от реализации и маржинальной рентабельности продаж:

$$V_n = i \times V_b \times MR_b \times \frac{1}{1 - \frac{1 - MR_b}{1 - c}} \quad (5)$$

где c — средняя скидка (в долях единицы).

Упростим формулу (5), перейдя к выражению, определяющему минимальный прирост чистого дохода (в долях единицы) от реализации продукта при плановом изменении средней отпускной цены и индекса маржинальной прибыли:

$$\Delta V = i \times MR_b \times \frac{1 - c}{MR_b - c} - 1 \quad (6)$$

Произведем расчеты:

$$MR_b = 1 - \frac{8}{12} \approx 0,33 \text{ или } 33\%;$$

$$\Delta V = 12 \times 0,33 \times \frac{1 - 0,02}{0,33 - 0,02} - 1 = 0,252 \text{ или } 25,2\%.$$

Сделаем проверку. При плановом чистом доходе 15024 грн. ($12000 \times 1,252$) и средней отпускной цене 11,76 грн./ед. ($12 \times 0,98$) предприятие реализует 1278 единиц ($15024 \div 11,76$) товара и получит 4800 грн. ($15024 - 1278 \times 8$) маржинальной прибыли, что на 20% выше базового показателя. При этом плановый финансовый результат от операционной деятельности составит 1800 грн. ($4800 - 3000$), что на 80% выше базового периода.

Данный показатель является контрольным при оценке результатов продаж товара в плановом периоде и эффективности утвержденной на плановый период стратегии и тактики его сбыта. В частности, он показывает эффективность разработанной системы скидок, если последняя явилась причиной изменения средней отпускной цены товара. Так, если предприятие изменяет на плановый период шкалу скидок, таким образом целенаправленно изменяя структуру своих клиентов и заказов, вследствие чего происходит изменение средней отпускной цены товара и ожидается рост маржинальной прибыли, то управленческое решение, с этим связанное, будет удовлетворительным в случае превышения значения фактического прироста чистого дохода от реализации товара над рассчитанным согласно формуле (6).

Частным случаем выражения (6) является формула

$$\Delta V = \frac{c(1 - MR_b)}{MR_b - c} \quad (7)$$

которая рассчитывает минимально необходимый прирост чистого дохода от реализации при изменении средней отпускной цены с сохранением базового размера маржинальной прибыли (индекс маржинальной прибыли равен 1,0).

Следует отметить, что показатели (6) и (7) учитывают только влияние изменения средней отпускной цены одного товара, при этом предполагается, что предприятие в рассматриваемом периоде принимает во внимание все изменения качественных характеристик товара, технологии его производства, упаковки и сервисных услуг в плановой средней отпускной цене товара и размере маржинальной прибыли. Методики планирования средней отпускной цены товара и маржинальной прибыли заслуживают отдельного детального изучения и в данной работе не приведены.

Авторы считают, что полученные ими уравнения (1), (5), (6) и (7) дают возможность предприятию при планировании продаж (в том числе планировании системы скидок) определить минимально необходимый уровень изменения чистого дохода от реализации (с учетом заданных условий) и по окончании отчетного периода оценить эффективность принятых управленческих решений. Данные рекомендации применимы для планирования и контроля сбытовой деятельности предприятий-производителей, в каналах сбыта которых находится оптовое звено, а также для планирования и контроля эффективности деятельности самих предприятий-оптовиков.

Литература: 1. Гриньова В. М., Коюда В. О., Лепейко Т. І. *Фінанси підприємств*. — Харків: ХДЕУ, 2001. — 168 с. 2. *Фінанси підприємств: Підручник* / За ред. професора А. М. Поддєрьогіна. — К.: КНЕУ, 1998. — 368 с. 3. Шеремет А. Д., Сайфулін Р. С. *Фінанси підприємств*. — М.: Інфра-М, 1997. — 344 с.

Стаття надійшла до редакції
8.02.2003 р.

УДК 658.016.7

Москаленко Н. А.

АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ПРОЦЕССОВ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Рассматривается формирование системы показателей для оценки эффективности управления процессами реструктуризации. Анализ позволяет выявить складывающиеся тенденции процессов реструктуризации, на их основе оценить ожидаемые последствия и установить те наиболее неблагоприятные из них, которые свидетельствуют о необходимости корректировки действий по реструктуризации.

Динамический характер развития внешней среды обуславливает управление реструктуризацией на каждом этапе развития предприятия. Эффективное управление реструктуризацией возможно на основе принципа постоянного мониторинга ее результатов. Проведение мониторинга требует формирования соответствующей информационной базы и ее обработки. Трудности связаны с выбором критериев оценки процессов

реструктуризации.

Рекомендуемые в научной литературе [1; 2] методы оценки реструктуризации предприятий сводятся к сопоставлению суммарных затрат ресурсов и совокупного результата, полученного за счет использования ресурсов. В качестве критерия экономической эффективности принимают отношение приращения прибыли за счет осуществления реструктуризации к вложениям. При этом рассматривают реструктуризацию как инвестиционный проект.

По мнению автора, процессы реструктуризации охватывают все стороны деятельности предприятия, поэтому их эффективность нужно исследовать с различных сторон: с точки зрения формирования затрат, объема производства и продаж, прибыли, уровня задолженностей, реализации инвестиционных проектов, применения инноваций и т. д. Основной критерий оценки результатов реструктуризации — улучшение финансово-экономического состояния предприятия, повышение его конкурентоспособности, рост благосостояния работников и т. д. Выбор показателей, качественно и количественно отражающих процессы реструктуризации на предприятиях, является важным этапом при проведении анализа. Формирование системы показателей вытекает из системы целей реструктуризации и является информационной базой для принятия управленческих решений. Такая система показателей должна не только отражать экономическое состояние предприятия, но и позволять оценить проводимые на предприятии преобразования. Кроме того, система показателей оценки процессов реструктуризации должна показывать необходимость, возможность и достаточность мероприятий по реструктуризации.

В качестве основного объекта анализа процессов реструктуризации предприятий нами рекомендуется выбрать следующие группы показателей, характеризующих процессы производственно-технической, финансово-экономической и организационно-управленческой реструктуризации (таблица).

Объективные исследования изменений состояния производственно-технологических и финансово-экономических процессов промышленных предприятий предполагают, во-первых, количественно оценить масштабность возникших проблем; во-вторых, установить реальную возможность вывода предприятий из разряда убыточных; в-третьих, оценить эффективность управления процессами реструктуризации на предприятиях. Анализ динамики изменения показателей за последние годы позволяет выявить складывающиеся тенденции и на их основе оценить ожидаемые последствия, а также установить те наиболее неблагоприятные тенденции, которые свидетельствуют о необходимости корректировки действий.

Таблица

Система показателей для оценки эффективности управления процессами реструктуризации

Группа	Показатели
1. Оценка процессов производственно-технической реструктуризации	1. Коэффициент износа основных средств 2. Коэффициент обновления основных средств 3. Коэффициент выбытия основных средств 4. Доля активной части основных средств 5. Объем основных средств 6. Объем незавершенного производства 7. Объем производственных запасов 8. Капиталоотдача 9. Фондоотдача 10. Фондовооруженность 11. Производительность труда
2. Оценка процессов финансово-экономической реструктуризации	1. Оборачиваемость запасов 2. Срок хранения запасов 3. Оборачиваемость кредиторской задолженности 4. Период погашения кредиторской задолженности 5. Оборачиваемость дебиторской задолженности 6. Период погашения дебиторской задолженности 7. Отношение дебиторской задолженности к кредиторской задолженности 8. Рентабельность активов 9. Рентабельность собственного капитала 10. Рентабельность общая 11. Рентабельность продукции 12. Рентабельность основного капитала 13. Объем собственных оборотных средств 14. Прибыль на 1 работающего
3. Оценка организационно-управленческой реструктуризации	1. Численность ППП 2. Коэффициент оборота по приему рабочих 3. Коэффициент оборота по выбытию рабочих 4. Численность работающих, прошедших подготовку к новым профессиям 5. Численность работающих, прошедших повышение квалификации

Выбор показателей для оценки управления процессами реструктуризации определяется, прежде всего, доступностью и объективностью данных на основе статистической отчетности о деятельности 28 машиностроительных предприятий Харьковского региона за 1996 – 2001 гг.

Так, с использованием метода кластерного анализа определено расслоение предприятий по характеру процессов реструктуризации. В результате выделены четыре основные группы предприятий.

Для предприятий первой и второй групп показательным является неустойчивый характер процессов реструктуризации. Недостаточность мероприятий производственной реструктуризации подтверждается низким уровнем воспроизводства основных средств и неэффективностью управления

активами предприятий. Финансово-экономическая реструктуризация этих предприятий характеризуется неустойчивой рентабельностью, неустойчивой тенденцией наращивания собственных оборотных средств и неэффективностью мер по реструктуризации задолженностей предприятий.

Для предприятий третьей группы характерна полная неэффективность процессов реструктуризации. Это подтверждается убыточностью их деятельности по всем показателям: низкое качество состояния основных средств, низкий технический уровень производства, низкая оборачиваемость активов, нехватка собственных оборотных средств, неплатежеспособность и устойчивая отрицательная рентабельность предприятий.

По мнению автора, на предприятиях данные группы мер по реструктуризации можно характеризовать как вынужденные. Это мероприятия по сокращению общей численности работающих, переоценке и списанию основных средств, продаже оборудования, реструктуризации задолженностей. Убыточные предприятия, находящиеся в состоянии кризиса, проводят вынужденную реструктуризацию, в ходе которой решаются задачи преодоления убыточности, обеспечения минимальной ликвидности и существенного улучшения результатов деятельности. Вынужденные меры направлены на снижение всех видов затрат, быстрое увеличение объема сбыта продукции и оборота капитала. Устойчивая неэффективность предприятий, ограничиваясь мероприятиями вынужденной реструктуризации, не позволяет выйти им из состояния кризиса. Поэтому эффект от реструктуризации достигается мерами стратегического характера.

Для предприятий четвертой группы характерны процессы реструктуризации стратегической направленности. Производственная реструктуризация этих предприятий характеризуется рациональной организацией производства, высоким уровнем воспроизводства основных средств, ростом производительности труда и фондовооруженности. Проведение финансовой реструктуризации обусловило соблюдение финансовой дисциплины, повышение оборачиваемости оборотных средств, устойчивую положительную динамику рентабельности всех видов. Эффективность мероприятий организационно-управленческой реструктуризации подтверждается повышением численности производственного персонала и обеспечением условий для постоянного повышения уровня его квалификации. Стратегическая реструктуризация требует привлечения как внутренних, так и внешних источников финансирования. Ее характер обусловлен инновационной направленностью мероприятий, поэтому проводить ее могут только эффективно работающие и развивающиеся предприятия. Положительные результаты

от реструктуризации могут быть достигнуты только при комплексном подходе к ее осуществлению, одновременном, взаимосвязанном проведении всего объема необходимых структурных преобразований.

Таким образом, анализ показал, что только четвертая часть машиностроительных предприятий Харьковского региона смогла улучшить производственно-хозяйственную деятельность в процессе реструктуризации. Большинство предприятий по-прежнему находятся в глубоком кризисном состоянии. Ключевой проблемой данных предприятий является неэффективность действующей системы управления, отсутствие в ее деятельности инновационной направленности.

Разработанная автором методика оценки позволит повысить эффективность управления процессами реструктуризации. Выбор критериев оценки эффективности управления реструктуризацией каждое предприятие осуществляет индивидуально, в зависимости от поставленных целей и объекта преобразований.

Литература: 1. Алпатов А. А. Управление реструктуризацией предприятий. — М.: Высшая школа приватизации и предпринимательства, 2000. — 268 с. 2. Реструктуризация предприятий и компаний. Справочное пособие [И. И. Мазур, В. Ф. Шапиро и др.]; /Под ред. И. И. Мазура. — М.: Высшая школа, 2000. — 588 с.

Стаття надійшла до редакції
12.12.2002 р.

УДК 658.012.4:339.137.2

Милевский С. В.

ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Приведены группы подходов к оценке конкурентоспособности предприятия в зависимости от используемых методов и степени формальности получаемых результатов. Рассмотрены преимущества и недостатки каждой из групп и обозначены свойства, которыми должен обладать универсальный метод оценки конкурентоспособности предприятия.

В современных условиях оценка конкурентоспособности предприятия является необходимым инструментом на пути к повышению его конкурентоспособности. Этот факт отражает необходимость развития исследований в данной сфере.

В экономической литературе представлено множество различных подходов к оценке конкурентоспособности предприятия [1 – 3]. Однако единый общепринятый метод до сих пор отсутствует. Существующие же методы либо основаны на использовании одного или нескольких показателей эффективности производственно-хозяйственной деятельности (оценка имеет четкое цифровое значение, однако при этом не учитываются аспекты деятельности предприятия, результаты или процесс осуществления которых нельзя оценить точным цифровым показателем), либо по возможности полно рассматривают состояние или деятельность предприятия с использованием экспертных оценок (в силу того, что при этом применяются экспертные оценки, результаты такого анализа нельзя однозначно признать объективными). Целью данной статьи является проведение сравнительного анализа существующих подходов к оценке конкурентоспособности предприятия, который позволит систематизировать информацию для разработки универсального метода.

Основные подходы к определению конкурентоспособности предприятия можно условно разделить на следующие группы:

1. Методы определения интегрального показателя конкурентоспособности предприятия с использованием экспертных оценок.
2. Методы, определяющие конкурентный статус предприятия.
3. Графические методы.
4. Методы, основанные на синтезе интегрального показателя из набора экономических показателей.
5. Методы оценки конкурентоспособности предприятия по результирующим показателям производственно-хозяйственной деятельности.
6. Методы, основанные на определении стоимости бизнеса.

Отдельно следует отметить методы, использующие математические модели, так как они являются интерпретациями какого-либо из вышеприведенных подходов.

Наиболее популярными в настоящее время являются **методы определения конкурентоспособности предприятия, основанные на расчете интегрального показателя конкурентоспособности** [4, с. 54], который определяется с использованием экспертных оценок или синтезируется из группы экономических показателей. Использование экспертных оценок подразумевает применение метода весовых коэффициентов. Преимущество подобных методов состоит в том, что они рассматривают множество различных параметров конкурентоспособности как предприятия, так и его продукции. В отличие от количественных методов, методы, основанные на применении экспертных оценок, могут оценить нематериальные параметры

конкурентоспособности. Однако наряду с преимуществами такой подход имеет существенные недостатки:

1. Из финансовых показателей используется только показатель рентабельности.
2. Основное внимание уделяется конкурентоспособности продукции.
3. Недостаточно внимания уделяется оценке стратегического потенциала предприятия.
4. Основным недостатком является широкое применение экспертных оценок.

Определение уровня конкурентоспособности предприятия путем использования показателя "конкурентного статуса фирмы" (КСФ) было предложено И. Ансоффом [4, с. 57]. Этот показатель отражает позицию фирмы в конкуренции и положение на рынке. Основой является соотношение фактической и базовой продуктивности использования ресурсов фирмы. Конкурентный статус фирмы, по И. Ансоффу, представляет собой рентабельность стратегических капитальных вложений, откорректированную в соответствии со степенью оптимальности стратегии фирмы и ее потенциалом. Основные недостатки такого подхода в следующем [4, с. 59]:

1. Не учитываются факторы внешней и внутренней среды фирмы в явном виде.
2. Экспертный подход к оценке степени оптимальности стратегии и потенциала фирмы в недостаточной мере раскрывает количественные взаимосвязи.
3. Понятия "оптимальная стратегия" и "оптимальный потенциал" четко не определены.

Определенный интерес представляют разработанные в 70-х годах XX в. матричные методы оценки уровня конкурентоспособности [4, с. 52]. Их основным достоинством является то, что они позволяют исследовать развитие процессов конкуренции в динамике. К таким методам относятся: матрица, разработанная Бостонской консалтинговой группой (БКГ), матрица "Цена – Качество", матрица МакКинзи. Преимуществами матричных методов являются простота применения и возможность оценить динамику конкурентоспособности предприятия. Однако эти преимущества перекрываются существенными недостатками, такими, как отсутствие четкой количественной оценки и возможность сделать только общие выводы по результатам анализа.

Синтез интегрального показателя конкурентоспособности предприятия из группы экономических показателей дает возможность получить цифровой показатель [1, с. 63]. Преимуществом данного метода является получение однозначной количественной оценки конкурентоспособности предприятия. Однако подобные методы имеют недостатки, вызванные в основном несогласованностью и разнородностью коэффициентов, определяющих результирующий показатель. При этом производится

усреднение, в результате чего теряется экономический смысл агрегируемых показателей.

Конкурентоспособность предприятия часто определяют по какому-либо основному результирующему показателю производственно-хозяйственной деятельности. В качестве такого показателя в большинстве случаев выступает доля рынка, занимаемая предприятием. Также могут использоваться различные виды показателя рентабельности предприятия. Несмотря на простоту, такой способ имеет ряд нижеприведенных недостатков:

1. При использовании такого способа не отражается динамика исследуемого процесса.
2. Невозможно определить причины изменения показателей.
3. Один показатель не может отражать реальной конкурентоспособности предприятия.
4. Подобная оценка не может предоставить информацию для определения направлений повышения конкурентоспособности предприятия.

Отдельно от других методов стоит стоимостный подход к оценке конкурентоспособности предприятия [3, с. 59]. Главную роль в методологии стоимостного подхода к обеспечению конкурентоспособности предприятия играет оценка стоимости предприятия. Недостатками методов, основанных на оценке стоимости предприятия, являются:

1. Рыночная стоимость предприятия и средневзвешенная стоимость капитала являются лишь сложными интерпретациями показателей рентабельности.
2. Применение подобной методики целесообразно только в случае оценки стоимости предприятия для последующей его продажи.

3. Данный подход, как и многие другие, не может обеспечить достаточно подробными данными процесс управления конкурентоспособностью предприятия.

Большинство недостатков описанных выше подходов может быть устранено в результате применения математических методов. Их применение сводится к формализации процесса анализа по одному из основных подходов [2, с. 17]. Неоспоримым преимуществом подробных методов является то, что при расчете в большинстве случаев не используются экспертные оценки. Также положительным моментом является наличие весовых коэффициентов, выводимых математическим путем. Однако они также не лишены существенных недостатков:

1. Предлагается недостаточное количество показателей: от двух до пяти.
2. Довольно сложна процедура расчетов.
3. Трудно сделать выводы о причинах низкой конкурентоспособности и определить пути улучшения ситуации.
4. Слабо отражается динамика показателя конкурентоспособности предприятия.

Большинство из описанных выше подходов к оценке конкурентоспособности предприятия носят лишь информативный характер. Подробный анализ проводится только в случае использования методов определения интегрального показателя конкурентоспособности предприятия. Использование математических методов заключается в математическом обосновании и интерпретации расчета интегрального показателя конкурентоспособности, что зачастую приводит к чрезмерному усложнению процесса определения конкурентоспособности предприятия.

Основываясь на аналитическом сравнении рассмотренных подходов, можно сделать вывод о необходимости разработки универсального метода определения конкурентоспособности предприятия, который бы включал большинство основных параметров конкурентоспособности, а использование экспертных оценок сводилось бы к минимуму или вообще исключалось. Подобный метод имел бы хорошие перспективы из-за доступности и понятности как для высшего, так и для среднего звена управленческого персонала.

Литература: 1. Белоусов В. Л. Анализ конкурентоспособности фирмы // Маркетинг в России и за рубежом. — 2001. — №5 (25). — С. 63 — 71. 2. Зулхарижев И. У., Ильясова Л. Р. Метод расчета интегральной конкурентоспособности промышленных, торговых и финансовых предприятий // Маркетинг в России и за рубежом. — 2001. — №4 (24). — С. 17 — 27. 3. Кротков А. М., Еленева Ю. Я. Конкурентоспособность предприятия: подходы к обеспечению, критерии, методы оценки // Маркетинг в России и за рубежом. — 2001. — №6 (26). — С. 59 — 68. 4. Иванов Ю. Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночной экономики. — Харьков: РИО ХГЭУ, 1997. — 248 с.

Стаття надійшла до редакції
10.12.2002 р.

УДК 330.4:659.1.011.4

Тонева К. В.

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МЕТОДОВ ОПРЕДЕЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО БЮДЖЕТА ПРЕДПРИЯТИЯ

Для определения оптимального объема рекламного бюджета предприятия необходимо комплексное применение экономико-математических моделей с учетом особенностей развития украинского рынка. Представлен анализ существующих

методов определения рекламного бюджета предприятия, дана сравнительная характеристика этих методов.

В условиях трансформируемой экономики Украины определение оптимального объема рекламного бюджета предприятия является важным этапом реализации маркетингового плана. Проблемы экономического развития предприятия, определяемого маркетинговым планом, решаются в рамках фундаментальных исследований естественных, общественных и гуманитарных наук.

Сложность проблемы формирования рекламного бюджета предприятия заключается в отсутствии единого мнения специалистов о целесообразности применения тех или иных методов в условиях украинской экономики. Выбор метода определения рекламного бюджета зависит от конкретных условий деятельности предприятия, а также от целей и задач, достигаемых проведением рекламной кампании.

Анализ литературных источников [1; 2; 3] позволил выделить четыре основные группы методов определения рекламного бюджета предприятия, представленные на рисунке.



Рис. Методы определения объема рекламного бюджета

Сравнительная характеристика представленных на рисунке методов приведена в таблице:

**Сравнительная характеристика
методов определения рекламного бюджета**

Наименование метода	Расчетная формула	Особенности применения	Достоинства или недостатки
1	2	3	4
Методы внутреннего бюджета			
Метод определения объема рекламного бюджета в процентах к объему сбыта	$EA = k \times SO, \quad (1)$ где EA — рекламный бюджет (затраты на рекламу); k — сложившийся на рынке (или в самой фирме) показатель отчислений на рекламу относительно объема сбыта; SO — объем сбыта фирмы на момент оценки рекламного бюджета	Рекламный бюджет оценивается относительно реально существующего на данный момент объема сбыта. Затраты на рекламу рассматриваются как издержки [1]. Назначаемый процент зависит от типа товара, состояния рынка, активности конкурентов	Достоинства метода: увязка с имеющимися ресурсами и простота. На практике данный подход применяется для расчета суммарных расходов на рекламу с целью оценки общих расходов на маркетинг и для сравнения их с расходами по другим статьям
Метод остаточного бюджета		Величина рекламного бюджета рассчитывается, исходя из средств, оставшихся после использования на все нужды	Недостаток данного метода заключается в остаточном принципе формирования рекламного бюджета, что не всегда соответствует оптимальному размеру средства на проведение рекламной кампании
Метод технического бюджета	Увеличение объема продаж для покрытия рекламных расходов рассчитывается по формуле: $Q = S / (P - C), \quad (2)$ где Q — дополнительный объем продаж; S — расходы на рекламу; P — цена единицы товара; C — издержки (обычно переменные расходы), приходящиеся на единицу товара; (P - C) — предельная прибыль на единицу товара. Требуемая дополнительная выручка = $S / ((P - C) / P)$. Рост объема продаж или выручки (в процентах), необходимый для сохранения неизменным уровня прибыли: $\% \text{ роста продаж} = (\Delta S / (F + S + \text{Прибыль}) \times 100\%), \quad (3)$ где ΔS — рассматриваемое изменение бюджета; F — постоянные расходы	Метод технического бюджета опирается на анализ порога рентабельности рекламных расходов [3]. Реклама рассматривается как инвестиции, а не просто как постоянные издержки	Этим методом можно не только оценить, насколько должны возрасти продажи, но и рассчитать, каким должен быть уровень отклика на рекламу, чтобы получить желаемое значение роста продаж. Можно судить, не предполагает ли рассматриваемый бюджет нереальных оценок доли существующего рынка. Слабостью данного метода можно назвать чисто расчетный подход. Некоторые рекламные цели не поддаются учету в виде быстрого роста объемов продаж
Методы определения объема рекламного бюджета с учетом целей и задач			
Метод определения объема рекламного бюджета с учетом целей и задач	$E_A = p \times n_0 \times S / S_{\max}, \quad (4)$ где p — стоимость одной, так называемой рейтинговой единицы; n₀ — количество рейтинговых единиц, необходимых для условно 100% охвата целевой аудитории; S — желаемый уровень объема продаж; S_{max} — максимальный уровень объема продаж (условно 100% охват целевой аудитории) [1]	Метод применяется при выводе на рынок новых изделий или при значительных изменениях в программе маркетинговых коммуникаций для ранее позиционированных товаров	Основное достоинство: позволяет определить оптимальную сумму ассигнований на рекламу в соответствии с целями и задачами маркетинговой стратегии фирмы

Продолжение таблицы

1	2	3	4
Методы определения рекламного бюджета, ориентированные на продажи и долю рынка			
Модель Юла	Модель Юла в общем представлена формулой (5): $E_A = p \times p_0 \times (1/k_0 \times k) \times (N/N_{\max}), \quad (5)$ где p и p_0 имеют, по сути, те же значения, что и для формулы (4); $N_{\max}$ — количество потенциальных клиентов фирмы-рекламодателя; N — количество клиентов, которые станут постоянными клиентами данной фирмы; k — отношение количества клиентов данной фирмы, ставших постоянными, к количеству клиентов, которые попробуют товар данной фирмы; k_0 — отношение количества клиентов, которые попробуют товар данной фирмы, к количеству увидевших рекламу данной фирмы	Особенность данного метода заключается в использовании двух важных показателей, учитывающих отклик клиентов на рекламу: N/k — количество клиентов, попробовавших товар данной фирмы, $N/k \times k_0$ — количество потенциальных клиентов, увидевших рекламу данной фирмы	Основное достоинство метода заключается в определении оптимального размера рекламного бюджета в соответствии с целями и задачами осуществления коммуникаций с потенциальными клиентами
Модель Видяля – Вольфа	Модель Видяля – Вольфа представлена формулой, которая используется как базовая: $S' = k_1 \times [(S_{\max} - S_0)/S_{\max}] \times E_A - k_2 \times S_0, \quad (6)$ где $(S_{\max} - S_0)/S_{\max}$ — изменение уровня объема продаж по сравнению с текущим; k_1 — константа реакции оборота на рекламу; $S_{\max}$ — уровень насыщения рынка данным товаром (работой, услугой); S_0 — текущий объем продаж; k_2 — константа уменьшения объема продаж при отсутствии затрат на рекламу. В этой формуле уже появился свободный член $(k_2 \times S_0)$, который позволяет учесть сокращение оборота при отсутствии затрат на рекламу. Вычислив отсюда величину E_A, получим формулу для расчета величины рекламных затрат: $E_A = [(S' + k_2 \times S_0)/k_1] \times [S_{\max}/(S_{\max} - S_0)] \quad (7)$	Модель Видяля – Вольфа устанавливает связь между объемом продаж или выручкой и расходами на рекламу, учитывает особенности функций реакции на рекламу	Модель Видяля – Вольфа имеет ряд слабых сторон: не позволяет в явной форме учесть другие маркетинговые переменные (цены, системы сбыта и т. п.); игнорирует действия конкурентов; лишь косвенно учитывает качество рекламы; оценка уровня насыщения продаж может вызвать значительные трудности применительно к некоторым рынкам
Методы определения рекламного бюджета, ориентированные на продажи и долю рынка			
Модель ADBUDG	В модели ADBUDG в качестве базовой используется следующая формула: $P = P_{\min} + (P_{\max} - P_{\min}) \times \frac{E_A}{\delta + E_A}, \quad (8)$ где P — доля рынка, которую желает занять фирма; $P_{\min}$ — доля рынка, которую займет фирма при нулевой рекламе ($E_A = 0$); $P_{\max}$ — доля рынка, которую займет фирма при наивысшем уровне рекламы (E_A^y); δ — коэффициент чувствительности функции реакции; d — коэффициент ослабления. Отсюда величина рекламного бюджета: $E_A = \left[\frac{\delta \times (P - P_{\min})}{P_{\max} - P} \right]^{1/y} \quad (9)$	Модель ADBUDG, разработанная Литтлом, ориентирована на стабильный рынок с нерасширяемым глобальным спросом, для которого реклама является детерминантом роста продаж или доли рынка	Основные достоинства заключаются в следующем: параметры модели могут быть определены на базе экспертных оценок или объективных данных; модель исходит из доли рынка и тем самым учитывает отношения взаимозависимости с конкурентами; данные по рекламному давлению могут вводиться в форме индексов с единичным базовым значением и корректироваться с учетом качества рекламы. Такие индексы могут строиться на основе результатов предварительных тестов или измерений коммуникационной эффективности

Окончание таблицы

1	2	3	4
	Нетрудно заметить, что величина доли рынка, занимаемой фирмой, есть не что иное, как отношение оборота фирмы к величине уровня насыщения рынка данным товаром (аналогична величине $S_{\max}$ из модели Видаля – Вольфа): $P = S / S_{\max}$. Тогда формула (8) преобразуется в, $S = S_{\min} + (S_{\max} - S_{\min}) \times \frac{E_A}{\delta + E_A} \quad (10)$ где S — желаемый оборот фирмы; $S_{\min}$ — оборот фирмы при нулевой рекламе; $S_{\max}$ — оборот фирмы при наивысшем уровне рекламы		
Методы определения рекламного бюджета в зависимости от объемов рекламных бюджетов фирм-конкурентов			
Метод оценки рекламного бюджета с учетом практики конкурирующих фирм	$E_A = \frac{\sum_{i=1}^N E_{Ai}}{N} \quad (11)$ где E_{Ai} — рекламный бюджет i-й фирмы-конкурента; N — количество фирм-конкурентов	Объем рекламного бюджета определяется как среднее между объемами рекламных бюджетов фирм-конкурентов	Основное достоинство: простота применения. Недостаток заключается в том, что метод не учитывает, сопоставимы ли масштабы фирм-конкурентов
Метод долевого участия на рынке	$E_A = k \times \sum_{i=1}^N E_{Ai} \quad (12)$ где E_{Ai} — рекламный бюджет i-й фирмы-конкурента; N — количество фирм-конкурентов; k — это доля рынка, которую рассчитывает занять данная фирма	Необязательно оценивать величины рекламных бюджетов каждой фирмы-конкурента, достаточно оценить суммарный объем рекламных вливаний по данному товару, работе или услуге	Суммарный объем рекламных вливаний по данному товару является величиной внешней для данной фирмы. Оценить эту величину можно более или менее точно. Однако гораздо более важно правильно оценить величину доли рынка (k), которую рассчитывает занять данная фирма. От оценки этой величины зависит, будет ли величина рекламного бюджета оптимальной

Анализ представленных в таблице методов позволяет сделать вывод о том, что для большинства из них необходима всесторонняя маркетинговая информация о реакции потребителей на рекламу, объемах рекламных бюджетов фирм-конкурентов, распределении долей рынка среди фирм и т. п. На данном этапе развития национальной экономики подобная информация либо недоступна, либо у фирм недостаточно финансовых ресурсов для ее приобретения. Поэтому наиболее распространенными методами определения объема рекламного бюджета на украинских предприятиях являются методы внутреннего бюджета, а именно: метод определения объема рекламного бюджета в процентах к объему сбыта. Данный метод не всегда позволяет достигнуть поставленных маркетинговых целей и задач на предприятии. Затраты на рекламу в данном случае рассматриваются как издержки и не являются оптимальными в определенных условиях деятельности предприятия. На практике использование метода определения объема рекламного бюджета в про-

центах к объему сбыта является целесообразным для определения доли затрат на рекламу в общей структуре расходов на проведение маркетинговых мероприятий и для управления этой структурой.

В рыночных условиях хозяйствования для определения оптимального объема рекламного бюджета предприятия целесообразно использование методов, ориентированных на продажи и долю рынка. Эти методы позволяют учитывать цели и задачи осуществления коммуникаций и стадии реакций потребителей на рекламу.

В зависимости от объемов рекламных бюджетов фирм-конкурентов методы определения рекламного бюджета на практике используются при условии применения нескольких методов одновременно. Необходимым условием применения данных методов является информация о размерах затрат на рекламу фирм-конкурентов, что в условиях развития украинского рынка не всегда достижимо.

Основное достоинство метода с учетом целей и задач заключается в том, что он позволяет опре-

делять объем рекламного бюджета в соответствии с выбранной стратегией развития предприятия.

Таким образом, проведенное исследование показало, что наиболее популярным методом определения рекламного бюджета на украинских предприятиях является метод в процентах к объему сбыта. Однако данный метод слабо учитывает влияние факторов внешней среды, поэтому для разработки оптимального рекламного бюджета необходимо его сочетание с другими методами. Для успешного решения проблемы оптимального определения рекламного бюджета предприятия и, следовательно, повышения уровня конкурентоспособности предприятия необходимо комплексное применение представленных экономико-математических моделей определения объема рекламного бюджета предприятия с учетом особенностей развития украинского рынка.

Литература: 1. Сэндидж Ч. Г., Фрайбургер В., Ротцолл К. Реклама: теория и практика. — М.: Прогресс, 1989. — 632 с. 2. Котлер Ф. Основы маркетинга. — М.: Экономика, 1992. — 732 с. 3. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива. — СПб.: Наука, 1996. — 520 с.

Стаття надійшла до редакції
12.12.2002 р.

УДК 658.011.47

Полтавская Е. А.

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Разработана система показателей, которая не только позволяет дать количественную оценку конкурентных преимуществ, но и отражает процессы их развития. Внедрение и реализация данной системы показателей обеспечит принятие объективных и качественных управленческих решений относительно формирования, реализации и поддержки конкурентных преимуществ предприятия.

Создание и накопление информации играет важную роль в процессе разработки и реализации стратегии производственного предприятия. Информационная база, существующая на предприятии, представляет собой систему показателей, достоверность, периодичность обновления, полнота и автоматизация которой обеспечивает качество принимаемых управленческих решений. В настоящее время широко разрабатывается и получает развитие такой инструмент управления, как сбалансированная система показателей [1].

Точная и объективная оценка конкурентных преимуществ предприятия не может базироваться на произвольном наборе показателей. Поэтому важнейшим

этапом количественной оценки конкурентных преимуществ является разработка системы показателей, характеризующих различные сферы деятельности предприятия, что и является целью данного исследования. Предложенная система показателей увязывает показатели в денежном выражении с операционными измерителями деятельности информационно-аналитической, административно-управленческой, производственно-технологической и материально-финансовой подсистем предприятия. В процессе реализации уже четко сформулированной стратегии предприятия система показателей превращается в широкую управленческую систему.

Наиболее часто в экономической литературе комплекс показателей, определяющих конкурентные преимущества предприятия, состоит из показателей, характеризующих его техническую, экономическую и социально-организационную деятельность [2; 3; 4]. Однако они не в полной мере отражают конкурентные преимущества предприятий на рынке. Нами выделены шесть основных направлений формирования конкурентных преимуществ: ценой продукции; внедрением новшеств; сервисным обслуживанием; комплексным обслуживанием сегмента рынка; имиджем и репутацией предприятия; качеством продукции. Процессы формирования и развития конкурентных преимуществ можно оценить с помощью динамики показателей абсолютных приростов, темпов роста и темпов прироста.

Конкурентное преимущество ценой определяется следующими показателями:

- себестоимостью реализованной продукции;
- материалоемкостью;
- затратами на сбыт продукции;

- коэффициентом производственной себестоимости (долей себестоимости реализованной продукции в выручке от реализации);

- долей постоянных затрат в себестоимости продукции;
- выработкой продукции на одного работающего.

Прямо пропорционально на уровень цен влияет величина транзакционных издержек. Они отражаются в статистической отчетности предприятия как величина операционных издержек, которые включаются в себестоимость реализованной продукции. На них оказывает влияние доля затрат на маркетинговые исследования в себестоимости реализованной продукции.

Основными показателями, характеризующими внедрение новшеств на предприятии, являются:

- оборачиваемость инвестированного в развитие производства капитала;

- рентабельность инвестиций, направленных на освоение новых видов производства;

- коэффициент обновления основных средств;

- степень загрузки приобретенных производственных мощностей;

- степень автоматизации приобретенного оборудования; затраты на НИОКР;

затраты на капитальное строительство под производство новой продукции;

приобретение патентов и лицензий на производство новых видов продукции.

Уровень сервисного обслуживания на предприятии отражает система расчетов с покупателями, которую можно проанализировать с помощью показателей дебиторской задолженности: коэффициента оборачиваемости дебиторской задолженности, показывающего расширение или сужение коммерческого кредита, предоставляемого предприятием; периода погашения дебиторской задолженности, характеризующего состояние расчетов с покупателями; доли дебиторской задолженности в общем объеме активов; доли среднегодовой дебиторской задолженности в выручке от реализации. Анализ величины процента предоплаты, длительность гарантийного обслуживания товаров, проведение "конференций качества" среди покупателей также характеризуют уровень развития сервисного обслуживания на предприятии.

Рост объема продаж предприятия говорит об увеличении обслуживаемого сегмента рынка и определяется коэффициентом изменения валовых продаж [5, с. 77]. Также о потере или приобретении части рынка свидетельствует снижение или рост спроса на продукцию предприятия, который характеризуется таким показателем, как рентабельность продаж предприятия. Снижение этого коэффициента говорит о снижении цен при постоянных затратах на производство или о росте затрат на производство при постоянных ценах [4, с. 110]. Высокая эластичность спроса по цене показывает устойчивость спроса на продукцию предприятия, а следовательно, снижает риск потери обслуживаемого сегмента рынка. Возможности расширения выделенного предприятием сегмента характеризует тенденция роста такого показателя, как доля экспорта.

Такой вид конкурентного преимущества, как имидж и деловая репутация предприятия, можно оценить с помощью ряда показателей. Применяя так называемое "Золотое правило экономики" — темп роста балансовой прибыли предприятия превышает темп роста выручки от реализации, который, в свою очередь, превышает темп роста авансированного капитала [3, с. 127], можно сделать выводы о росте его экономического потенциала, эффективности использования ресурсов, наличии опережающих темпов роста прибыли. Возможные темпы развития предприятия в дальнейшем характеризует коэффициент устойчивости экономического роста. Основным показателем оценки степени доходности и эффективности использования вложенных капиталов является коэффициент рентабельности собственного капитала, его динамика оказывает влияние на уровень котировки акций предприятия на бирже. Чем выше котировка акций, тем выше репутация и имидж предприятия в деловых кругах. Эффективность использования ресурсов и объем реализованной продукции на

1 грн. средств, вложенных в предприятие, показывает ресурсоотдача (оборотчиваемость авансированного капитала, коэффициент капиталоотдачи). Степень рыночной устойчивости и гарантированность предприятием своих обязательств определяют следующие коэффициенты: коэффициент финансовой зависимости; коэффициент автономии; коэффициент заемных средств; коэффициент обеспеченности собственными средствами предприятия; коэффициент финансовой зависимости; коэффициент покрытия инвестиций. Несомненно, что значительный рост долгосрочных заемных средств негативно влияет на деятельность предприятия. Однако задолженность — это не только акселератор риска, но и акселератор развития.

Однако основным показателем, характеризующим занимаемую позицию предприятия на рынке с точки зрения его "популярности", является рыночная стоимость. Расчет рыночной стоимости может осуществляться на основе различных подходов с учетом преследуемых целей. Применение методов, основанных на показателях дохода и денежных потоков, является наиболее правильным, поскольку данная группа объединяет два важных фактора, влияющих на цену предприятия: рыночную стоимость активов и величину дохода предприятия.

Конкурентное преимущество качеством продукции оценивается с помощью анализа показателей производственно-технического потенциала предприятия:

фондовооруженности;
коэффициента фондоотдачи (оборотчиваемости основных средств);
продолжительности оборота основных фондов;
рентабельности производственного потенциала;
коэффициента реальной стоимости имущества [2, с. 57];

соответствия продукции действующим международным стандартам качества (серии ISO).

Успех реализации данной системы показателей требует разработки соответствующей шкалы оценок. Такая шкала составляется на основе установленных законодательным путем норм и нормативов. Однако не все показатели имеют нормативное значение, например, выручка от реализации продукции, оборачиваемость дебиторской задолженности и т. д. При разработке шкалы оценок для таких показателей за основу мы брали усредненные по статистическим данным показатели финансово состоятельных производственных предприятий (из 28 машиностроительных предприятий Харьковского региона такими являются ЗАО "Ожкabel", завод им. Фрунзе и др.).

Предложенная система показателей сформирована на базе объективных критериев деятельности предприятия. По мнению автора, такая система показателей только выиграет от использования субъективных критериев, сформированных на базе оценок экспертов. Следовательно, необходимо проведение дальнейших исследований данной проблемы.

Несомненно, более полная система показателей обеспечит принятие более объективного и качественного управленческого решения в области формирования, реализации и поддержки конкурентных преимуществ предприятия. Принятие управленческих решений в направлении комплексного обслуживания сегмента рынка является наиболее трудоемким и ответственным, поскольку отчетность предприятия не содержит достаточной информации для проведения анализа (информации о емкости рынка, количестве действующих и потенциальных конкурентов на отечественном рынке и за рубежом и т. д.).

Нами выделены наиболее важные и существенные показатели оценки конкурентных преимуществ. Представленная система показателей дает не только количественную оценку конкурентных преимуществ, но и отражает процессы их развития. Разработанная система базируется, прежде всего, на данных статистической отчетности. Ее главными преимуществами являются доступность, достоверность, быстрота сбора данных, возможность контроля изменений в производственно-хозяйственной деятельности как самого предприятия, так и его конкурентов.

Литература: 1. Ханжигал В., Попов Е. Структура рыночного потенциала предприятия // Проблемы теории и практики управления. — 2001. — №6. — С. 63. 2. Ковалев А. И., Привалов В. П. Анализ хозяйственного состояния предприятия. — М.: Центр экономики и маркетинга, 1999. — 216 с. 3. Мец В. О. Экономический анализ финансовых результатов та финансового стану підприємства: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 1999. — 132 с. 4. Шеремет А. Д., Сайфулин Р. С. Финансы предприятий. — М.: ИНФРА-М, 1998. — 344 с. 5. Савчук В. П. Финансовый менеджмент предприятий: прикладные вопросы с анализом деловых ситуаций. — К.: Издательский дом "Максимум", 2001. — 600 с.

Стаття надійшла до редакції
10.12.2002 р.

УДК 658.5012

Сумин В. А.

УСТРАНЕНИЕ ПАРАЛЛЕЛИЗМА В РАБОТЕ ДОЛЖНОСТНЫХ ЛИЦ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ УПРАВЛЕНИЯ

Изложены основные принципы анализа функциональной загрузки должностных лиц организационной структуры управления. Определена последовательность работ по совершенствованию организационной структуры управления предприятия на основе исключения параллельного исполнения функций должностными лицами.

© Сумин В. А., 2003

Современная хозяйственная деятельность обуславливает объективные причины, приводящие к возникновению противоречий и проблем в организации и функционировании систем управления предприятием. Во-первых, это переход на новые рыночные условия хозяйствования. Во-вторых, это постоянный дефицит ресурсов на общем фоне разрыва хозяйственных связей. В-третьих — резкое изменение специализации производства на путях строительства рыночной экономики Украины. В-четвертых, это изменение масштабов и видов хозяйственной деятельности [1, с. 93].

В начале двадцатых годов XX века Н. А. Витке пришёл к убеждению, что в управлении следует различать два направления [2, с.195]:

рационализацию трудового процесса, осуществляемую человеком во взаимодействии с вещественными факторами производства, или научную организацию труда — НОТ;

научную организацию управления, где хозяйственная деятельность человека определяется связями и отношениями с другими личностными субъектами хозяйственной деятельности. Эти связи и отношения определены конкретной областью деятельности — научной организацией управления — НОУ.

Н. А. Витке рассматривал управление так же, как товар — не как кусок сукна, а определённое отношение в системе реализации функций учёта, отчётности, организации труда и т. д. В реальной хозяйственной деятельности управленческие функции не материальны, они представлены связями и видами труда организованных работников, осуществляющих деятельность в направлении решения конкретных задач (функций) при движении к заданной цели. Как только в управленческой деятельности выделяется работник, в обязанности которого вменяется исполнение конкретных управленческих функций, возникает потребность в аппарате управления, который координирует, организует, контролирует, учитывает и планирует деятельность этого и других работников. Постепенно этот аппарат, с тем чтобы обеспечивать исполнение всех видов управленческой деятельности, начинает расти, несмотря на то что часть этой деятельности уже осуществляется другими работниками управленческой службы или же работа выполняется в другой службе аппарата управления предприятием. При этом управленческая функция всё в большей мере уточняется и конкретизируется. Чёткое определение функций работников аппарата управления исключает творчество и обуславливает гипертрофию деятельности всего аппарата управления, а документ, фиксирующий функциональные обязанности работника аппарата управления, — должностная инструкция — становится фетишем, ограничивающим или исключающим полностью творчество в управленческой деятельности. При этом

детализация и уточнение должностных обязанностей в каждом структурном подразделении системы управления приводит к частичному перекрытию или перекрытию работ по отдельным видам деятельности, для которых используется одинаковая информационная база. Но эти виды деятельности не характеризуются одинаковой ответственностью по подразделениям, где происходит совмещение. В табл. 1 в качестве примера приведены сведения об удельном весе одинаковых функций, исполняемых в подразделениях системы управления шахты "Комсомолец Донбасса". Данные свидетельствуют о том, что в подразделениях системы управления исполняются функции, которые отнесены к должностным обязанностям заместителя директора по производству. Иначе говоря, имеет место одинаковое по содержанию управленческое действие снизу вверх — от функциональных служб и сверху вниз — от заместителя директора по производству. В этой ситуации процесс управления при одностороннем целеполагании подвергается возвратно-поступательным действиям, или транзакциям, при которых существуют сопутствующие одинаковые или параллельные действия. При этом возникает дополнительная балластная нагрузка должностных лиц системы управления. В нашем примере эта балластная нагрузка должностных лиц функциональных служб систем управления составила

$$29,0 + 16,2 + 29,0 + 3,3 + 16,2 + 3,0 + 3,2 = 83,7\%.$$

Таблица 1

Уровень совмещения деятельности в подразделениях организационной структуры управления предприятием

Показатель совмещения деятельности (параллелизм в работе)	Функциональные службы системы управления предприятием						
	Техническая	Технологическая	Производственная	Материально-технического обеспечения	Экономическая	Бухгалтерия	Кадровая
Удельный вес функций заместителя директора по производству, исполняемых должностными лицами подразделений системы управления, %	29,0	16,2	29,0	3,3	16,2	3,0	3,2

Это означает, что практически одна должностная единица в системе управления используется для исполнения сопутствующих функций заместителя директора по производству. Таким образом,

можно утверждать, что в деятельности функциональных подразделений существуют взаимно перекрывающиеся по исполняемым функциям зоны деятельности, обусловленные, с одной стороны, нечеткой регламентацией этой деятельности, с другой — функциональной разобщенностью подразделений управления и наличием одинаковых исполнительских функций у должностных лиц системы управления.

Аналитический обзор последних публикаций по данной проблеме свидетельствует о том, что идет поиск путей эффективного упорядочения организационных структур управления в соответствии с целями и задачами, которые поставлены предприятием как социально-экономической системой. Так, И. Л. Дереповко предлагает формирование оптимальной организационной структуры производить в пространстве системных отношений и циклического развития во времени. Параметры функционирования системы управления в этом случае определяются циклами функционирования ее подразделений и звеньев в соответствии с планом и прогнозом развития предприятия [3]. Разрабатывается методология формирования системы управления фирмой на основе выявления функций управления, знаний, которыми должны обладать ее работники. Совокупность знаний работников системы управления, или базу знаний, составляют теоретические знания, результаты творческой деятельности, умения, навыки. Авторы исследования полагают, что управление будет эффективным, если состояние знаний по уровням и подразделениям организационной структуры управления отвечает целям и задачам фирмы [3; 4; 5; 6].

Большинство исследователей считают, что процесс управления и, следовательно, организационная структура управления определяются на основе разделения труда работников по функциональному, профессиональному, квалификационному и операционно-технологическому признакам, а также полномочиями, установленными иерархией управления. В целом исследования в области формирования эффективных организационных структур управления в наибольшей мере соответствуют ситуации, когда создается новая фирма, и в меньшей степени ориентированы на проблемы действующих предприятий.

На действующих предприятиях совершенствование организационных структур должно протекать адекватно изменениям в экономической системе. В настоящее время в Украине предприятию необходима управляющая система, которая будет иметь функциональную структуру, соответствующую функциям, реализуемым в экономической системе на этапе перехода к рыночным отношениям. Поэтому в работе по совершенствованию организационных структур управления также должна иметь место определенная и обоснованная последовательность.

Эта последовательность должна учитывать следующее: интеллектуальные активы работников системы управления, качество труда, информационные ресурсы, трудозатраты в системе управления. Кроме того, для практических работников наиболее ценной представляется методология с иллюстрациями ее практического использования.

Возвращаясь к приведенному выше примеру, следует отметить, что исключение функциональной разобщенности, приводящей к гипертрофии организационной структуры управления, позволяет обеспечить деятельность должностных лиц в едином управленческом механизме, где каждый его элемент работает не сам по себе, а в тесном взаимодействии, в системных отношениях. Игнорирование этого требования при формировании и совершенствовании аппарата управления имело место во всех кампаниях, проведенных государственными институтами, производственными объединениями, предприятиями и ведомствами по совершенствованию аппарата управления, в ходе которых исполнялись волюнтаристские установки на регламентированное сокращение численности аппарата управления предприятием.

Поскольку в большинстве своем руководители предприятий в прошлом и настоящем начинают "совершенствовать" систему управления предприятием с сокращений, представляется необходимым изложить на конкретном примере методику и результаты исследований, обосновывающие эти сокращения.

Проведенные нами исследования подтвердили нецелесообразность применения административного подхода при формировании и совершенствовании аппарата управления на производственном объединении по добыче угля (Павлоградуголь). Результаты работы проиллюстрированы на примере службы техники безопасности объединения. В качестве исходного источника о функциональной качественной и количественной загрузке работника управленческих служб были приняты сведения, содержащиеся в должностной инструкции работника, в разделе "Обязанности" [7]. При анализе исходили из допущения, что все функциональные обязанности, регламентируемые этой инструкцией, обязательны для исполнения.

Анализ функциональных обязанностей должностных лиц структурных подразделений аппарата управления предприятия выполнен в соответствии со следующими установками: круг функций управления, реализуемых в структурном подразделении, остаётся неизменным; загрузка должностных лиц признаётся одинаковой при различии количества реализуемых в управленческой деятельности функций менее чем на 20%. Правомочность принятия приведенных установок в качестве исходных объясняется следующим.

Во-первых, в действующей иерархии управления отсутствуют аргументированные сведения о

целесообразности или нецелесообразности исполняемых в управленческой деятельности функций, и исключать их из определённого инструкцией перечня нерационально до тех пор, пока не будет установлена их значимость в управленческом процессе.

Во-вторых, условие равенства загрузки, при различии её менее чем на 20%, широко используется в качестве дисконтирования трудозатрат при нормировании труда.

В-третьих, исключение параллелизма достигается путем исполнительских функций и исключения ненужных видов деятельности в конкретном структурном подразделении аппарата управления.

Таким образом, в основу формирования состава аппарата управления положен принцип, в соответствии с которым структурные изменения будут произведены на основе перераспределения круга обязанностей должностных лиц за счёт их упорядочения, индивидуализации деятельности, а также повышения в результате этого ответственности.

Ход выполнения работы осуществлялся в соответствии со стандартами, по каждой функциональной службе управления формировалось поле функциональной загрузки (должностных лиц) на основании сведений, приведенных в должностных инструкциях.

При анализе функциональных обязанностей все контрольные функции, осуществляемые аппаратом управления за деятельностью подчинённых, рассматривались как необходимые. Если исполняемая функция определяла рутинный вид деятельности, компетентно выполняемый подчинённым, в этом случае наличие в аппарате лиц, осуществляющих контроль рутинной деятельности, признавался нецелесообразным.

Исполняемые в структурном подразделении должностными лицами функциональные обязанности были классифицированы по характеру работы с помощью специально разработанной неформальной шкалы оценок. Это было сделано для того, чтобы сформировать квалификационные требования к специалисту и выделить формализованные (рутинные) и творческие виды деятельности. Вариант этой шкалы выглядит следующим образом:

- руководство техническое и методическое;
- организация работ;
- совместная работа по выполнению конкретной функции;
- контроль за деятельностью подчинённых по исполнению конкретной функции;
- анализ деятельности;
- разрешение на ведение работ, оценка соответствия их проекту, техническим условиям и др.;
- индивидуальная, самостоятельная работа;
- согласование документов.

Использование приведенной или аналогичной шкалы позволяет фиксировать характер работы долж-

ностных лиц по исполнению управленческих функций и исключать те их виды, которые повторяют работу основного исполнителя, но не в полном объеме, с нечётко обозначенным уровнем ответственности.

В качестве примера в табл. 2 приведены данные, полученные в процессе совершенствования функций управления в службе техники безопасности производственного объединения по добыче угля. В этой службе разработкой и реализацией перспективных планов занимаются заместитель технического директора по технике безопасности и главный горняк по противопожарной защите, то есть в рассматриваемом случае их деятельность не разграничена. Функции старшего

инженера по охране труда и технике безопасности и старшего врача по санитарному надзору разграничены, но по квалификации. Учитывая, что функции промышленной санитарии закреплены за санитарно-эпидемиологическими станциями (СЭС), должностную единицу старшего врача в службе можно упразднить.

В рассмотренном примере в службе исполнялось 99 функций (видов деятельности). Однако суммарный итог исполнения обязанностей работниками функционального подразделения составляет (см. итоги по табл. 2):

$$40 + 24 + 29 + 22 + 12 + 8 + 16 = 151 \text{ (функцию).}$$

Таблица 2

Функциональная нагрузка должностных лиц службы техники безопасности промышленного предприятия

№ п/п	Вид деятельности	Должностные лица						
		заместитель технического директора по технике безо- пасности	главный горняк по буро- взрывным работам	главный горняк по вентиля- ции и дегазации	главный горняк по противо- пожарной защите	старший инженер по охране труда и технике безопас- ности	инженер по охране труда и технике безопас- ности	старший врач по санитар- ному над- зору
1	Техническое и методическое руководство службой техники безопасности предприятия	Р						
2	Анализ состояния охраны труда и здоровья работников, причин нарушения здоровья	О				И		
3	Исследование и документирование аварий и несчастных случаев	П		П	П		П	
4	Контроль охраны труда и ее улучшения	К				К	К	
5	Разработка и осуществление перспективных и годовых планов улучшения условий охраны труда и промсанитарии	О			О	И		И
6	Разработка мероприятий по предупреждению эндогенных пожаров	А			О	К		
7	Обеспечение мероприятий по локализации и предупреждению взрывов угольной пыли	А	К					
...								
99	Определение маршрутов лиц надзора участка БТБ			К				
Итого функций		40	24	29	22	12	8	16
В том числе	Руководство техническое и методическое (Р)	1	-	-	-	-	-	-
	Организация работ (О)	11	5	4	9	-	1	-
	Совместная работа (П)	5	5	9	2	-	4	1
	Контроль за деятельностью (К)	7	7	5	6	6	2	8
	Анализ результатов деятельности (А)	9	1	8	2	1	1	3
	Разрешение на ведение работ (В)	3	-	-	-	-	-	-
	Индивидуальная работа (И)	3	5	1	3	5	-	4
	Согласование документов (С)	1	1	2	-	-	-	-

Это означает, что показатель параллелизма исполнения работ в службе техники безопасности составил

$$\frac{151}{99} = 153.$$

Таким образом, объем исполняемых работниками службы функций может быть сокращен на 53%. Сокращение должно быть произведено с учетом выделения творческих и контрольно-распорядительных видов деятельности. В группу творческих видов деятельности отнесены руководство (техническое и методическое), анализ деятельности, индивидуальная работа. Остальные функции отнесены к контрольно-распорядительному или формализованному виду деятельности. В приведенном примере число творческих функций составило 47, или 31,1% общего их количества в службе.

Полученные данные о параллельном исполнении функций и возможности их разграничения позволяют провести работу по совершенствованию управленческой деятельности в конкретной службе. Детальный анализ параллелизма исполнения функций по должностным категориям позволил исключить из штатного расписания три должностные единицы: старшего инженера по охране труда и технике безопасности, инженера по охране труда и технике безопасности, старшего врача по санитарному надзору. Не подвергшиеся сокращению виды деятельности перечисленных должностных лиц (23 функции) были распределены между оставшимися в штате должностными лицами. В результате исключения параллелизма и перераспределения функций численность работников службы может быть сокращена с 7 до 4 человек, то есть на 43%.

Приведенный пример анализа функций, реализуемых в аппарате управления, показал, что при неизменных информационных потоках, установившихся в системе управления предприятием, существующей оснащенности управленческих служб средствами машинной обработки информации и оргтехники функциональные и структурные изменения в системе управления могут быть произведены за счет перераспределения функциональных обязанностей должностных лиц с исключением параллельного исполнения работ по видам деятельности. Используемые в настоящее время в системе управления информационные технологии представлены компьютеризованными рабочими местами (КРМ), в исключительных случаях создаются отделы автоматизации управления предприятием и телекоммуникационные сети, провайдеры и интернет-провайдеры.

Современные информационные технологии имеют единичное, точечное применение и в ближайшей перспективе не приведут к изменению функций и структуры управления, поскольку на

реформирование экономических отношений и организационных структур потребуется время, это в первую очередь. Во-вторых, формирование этой системы будет происходить в условиях реформирования внешних связей (внешних информационных потоков), определяемых переходной экономикой. В дальнейшем, в результате адаптации информационных потоков предприятия к рынку будет возможна разработка принципиально новой эффективной функциональной структуры управления, для которой будут сформулированы соответствующие требования по видам деятельности должностных лиц структурных подразделений системы управления.

Полученный результат является итогом первого этапа работы по совершенствованию управления предприятием. Последующая деятельность в области совершенствования структур и функций аппарата управления предприятием должна быть сориентирована на обоснование творческой и формализованной составляющих в деятельности должностных лиц иерархии управленческой структуры, установление рациональной их загрузки и диапазонов управляемости. При этом необходима оценка динамики соотношения видов деятельности в структуре загрузки должностных лиц по уровням квалификации исполнителей (их профессиональной подготовке) и должностным характеристикам. Также полученные результаты позволяют уточнить или установить совершенно новые параметры квалификационных уровней профессиональной подготовки специалистов для системы управления предприятием и могут быть положены в основу определения потребности государства в подготовке специалистов соответствующего профессионального направления.

Литература: 1. Полюс А. В. Теория и организация американского менеджмента. — М.: Изд. МГУ, 1991. — 152 с. 2. Проблемы перехода к рыночной экономике. — Донецк: ДонГУ, 1996. — 288 с. 3. Дерезовко І. Л. Питання підвищення ефективності функціонування системи управління підприємством // Регіональна економіка. — 2000. — №1. — С. 44 – 52. 4. Баранцев В. П., Вал О. М., Клейменов К. О., Степанов А. Е., Юдин В. Г. Система управления знаниями компании // Вестник машиностроения. — 2001. — №8. — С. 55 – 61. 5. Курочкин А. С. Управление предприятием (процессный аспект): Учеб. пособие. — К.: МАУП, 1998. — 144 с. 6. Тренев Н. Н. Предприятие и его структура: Диагностика. Управление. Оздоровление: Учебное пособие для вузов. — М.: ПРИОР, 2002. — 240 с. 7. Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих. — М.: ПРИОР, 2001. — 256 с.

Стаття надійшла до редакції
11.01.2003 р.

*Что неясно — выясни, что трудно дается —
достигай с великой настойчивостью.
Конфуций*

Чисельні методи в економіці

УДК 330.45:334.012.23

**Пушкарь А. И.,
Гравовский Е. Н.**

МОДЕЛИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА НА ОСНОВЕ ПРОЦЕССНОГО ПОДХОДА

Рассматривается описание и структуризация этапов развития электронного бизнеса на основе процессного подхода, моделирование коммерческой деятельности компании на каждом этапе развития, выявление особенностей накопления новых качеств, составляющих экономический потенциал компании, реализующей виртуальную модель ведения бизнеса.

Современная среда осуществления бизнеса характеризуется революционными изменениями в его организации и управлении. Вследствие роста скорости изменений возрастает потребность в актуальной информации для управления и гибкой технологической среде ведения бизнеса. С другой стороны, в процессе глобализации и интернационализации бизнеса компаниям необходимо искать пути увеличения эффективности взаимодействия с распределенными по всему миру подразделениями и элементами рыночной инфраструктуры и изыскивать возможности повышения конкурентоустойчивости к скорости изменения бизнес-моделей и продуктов.

Вышеперечисленные факторы обуславливают необходимость наличия в рамках компании сложной бизнес-системы, реализующей максимальное использование современных информационных технологий и коммуникационных платформ, сосредоточенных вокруг всемирной компьютерной сети Интернет. Интернет формирует структуру электронного биз-

неса, под которым понимается система ведения хозяйственной деятельности, реализуемая посредством внедрения информационных технологий с целью создания интегрированной цепочки добавленной стоимости [1].

В настоящее время в экономико-математической науке существует проблема моделирования и управления развитием электронного бизнеса, которая решается в рамках приоритетного направления развития науки и техники на Украине "Новые компьютерные средства и технологии информатизации общества".

По мере роста количества компаний, реализующих виртуальную модель ведения бизнеса, повышается интерес исследователей к проблеме изучения и моделирования механизмов интернет-бизнеса. Так, например, в работах [1 – 5] анализируются возможности компании в новой сфере экономики, предлагаются концептуальные модели жизненного цикла электронного бизнеса. Однако в литературе не представлен комплексный системный подход к развитию электронного бизнеса, нет четко сформулированной и практически обоснованной концепции и методов моделирования слабоструктурированных и слабоформализованных задач экономики на основе электронного бизнеса.

Целью данной работы является описание и структуризация этапов развития электронного бизнеса на основе процессного подхода, моделирование коммерческой деятельности компании на каждом этапе развития.

Взаимосвязанные процессы, протекающие в сфере электронного бизнеса, аналогично процессам производственно-экономических систем можно классифицировать на процессы функционирования и развития. В процессах функционирования изменение определенных количественных параметров системы не выходит за пределы некоторой количественной меры. В то же время процессы развития ведут к смене качественных состояний в электронном бизнесе. Основной задачей развития электронного бизнеса является обеспечение постоянного

роста потенциала прибыльности интернет-компаний. Функционирование направлено на превращение имеющегося в текущий момент конкретного потенциала интернет-компаний в реальную прибыль.

Основными целями управления развитием электронного бизнеса являются поддержание заданных требований к динамике развития и обеспечение устойчивого компромисса между функциональной стабильностью в рыночной среде информационных технологий и инновационным поведением, приводящим к функционированию системы электронного бизнеса у границы гомеостаза.

Примем гипотезу о динамике развития электронного бизнеса по классической модели жизненного цикла, в которой имеет место рост потенциала компании по логистической кривой (рис. 1). Точка С соответствует уровню насыщения, который определяется современным состоянием информационных технологий. Появление принципиально новых информационных технологий ведет к технологическому разрыву, что приводит предприятие к необходимости формирования и реализации программы развития по S-кривой.

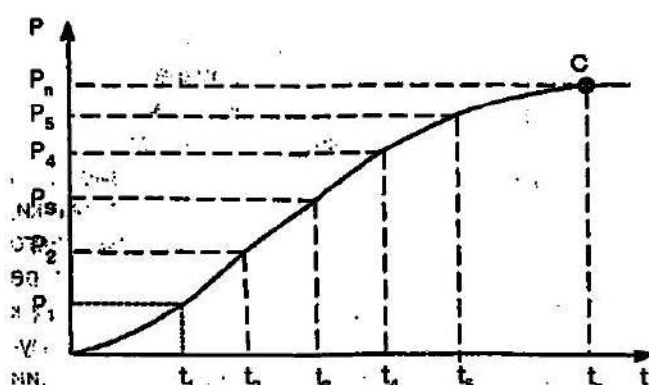


Рис. 1. Логистическая кривая роста потенциала интернет-компаний

Под потенциалом компании предлагается понимать способность создавать добавленную стоимость. Будем предполагать также, что накопление потенциала (P) будет происходить дискретно, то есть за n этапов до выхода на уровень максимального потенциала для данного состояния информационных технологий.

Представим системную модель развития в виде кортежа:

$$D_n = \langle M_n, F, B, U, Q, S, P \rangle, \quad (1)$$

где M_n — количество этапов развития;

F — множество функций интернет-компаний в разрезе этапов;

B — множество бизнес-процессов, реализующих функции развития;

U — множество качественных характеристик деятельности интернет-компаний, являющихся условиями перехода к следующему этапу развития;

Q — множество критериев качества электронного бизнеса в разрезе этапов;

S — структура логической взаимосвязи бизнес-процессов развития электронного бизнеса;

P — накопленный потенциал компании.

Проведенный авторами анализ электронного бизнеса, базирующегося на апробированных информационных технологиях, позволил выделить базовое множество F функций (табл. 1), которое может быть реализовано по завершении n-го этапа в точке C.

Таблица 1

Функции интернет-компаний

Обозначение функции	Наименование функции
f_1	Коммуникационная функция
f_2	Прогнозирование
f_3	Ценообразование
f_4	Сегментирование целевого рынка
f_5	Контроль и аудит
f_6	Продвижение товара
f_7	Обеспечение безопасности и аутентификация клиентов
f_8	Мобильные транзакции
f_9	Консалтинг
f_{10}	Расчетно-финансовая функция
f_{11}	Управление знаниями
f_{12}	Персонализация и локализация предоставляемых услуг
f_{13}	Оптимизация бизнес-процессов
f_{14}	Обеспечение гибкости организационной структуры и электронных каналов коммуникаций
f_{15}	Финансовый анализ
f_{16}	Осуществление комплекса долговременных электронных транзакций
f_{17}	Послепродажное обслуживание
f_{18}	Документирование электронных сделок
f_{19}	Антикризисное управление
f_{20}	Интеграция коммерческих приложений и технологической платформы
f_{21}	Межкорпоративный бизнес
f_{22}	Создание и поддержание критической массы продавцов и покупателей (принцип "свободных игроков" — легко входящих и выходящих из игры участников)
f_{23}	Расширение сферы деятельности компании на основе модульного подхода
f_{24}	Оптимизация сети торговых партнеров
f_{25}	Генерирование связующих протоколов, технологий и бизнес-процессов
f_{26}	Управление снабженческо-сбытовыми сетями и внешними структурами
f_{27}	Электронное документирование бизнес-операций

Выполняемые компанией функции находятся в определенной логической взаимосвязи. Проведенный анализ таких взаимосвязей по признаку "необходимое предшествование функции" позволил построить матрицу логической взаимосвязи функций, фрагмент которой представлен в виде табл. 2.

В матрице приняты следующие условные обозначения:

"0" — функции не связаны взаимно по своей реализации;

"-1" — функция должна быть реализована до взаимозависимой функции;

"1" — функция может быть введена только после реализации функции, обуславливающей создание необходимых условий.

Таблица 2

Матрица логической взаимосвязи функций (фрагмент)

	f_1	f_2	f_3	f_4	f_5	f_6	f_7	...	f_{27}
f_1	0	-1	0	-1	-1	-1	0	...	0
f_2	1	0	0	-1	-1	0	0	...	0
f_3	0	0	0	-1	-1	0	0	...	0
f_4	0	1	1	0	-1	-1	-1	...	0
f_5	1	1	1	1	0	-1	-1	...	-1
f_6	1	0	0	1	1	0	-1	...	0
f_7	0	0	0	1	1	1	0	...	-1
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
f_{27}	0	0	0	0	1	0	1	...	0

Вычислив итоговые значения количеств "0", "-1" и "1" для каждой функции, результат можно представить в виде точек в трехмерном пространстве, которое параметризует функции интернет-компании по характеристике параметру "взаимосвязь — реализация".

Для множества функций $f_1, \dots, f_{27}$ с использованием метода иерархической классификации [6] была выполнена кластеризация, которая позволила выявить шесть четко выраженных кластеров (рис. 2). Каждая точка в этом пространстве является образом функции с координатами, соответствующими итоговым количествам "0", "-1" и "1".

Функции группируются в кластеры, которые интерпретируют этапы развития электронного бизнеса, последовательность реализации которых определяется ранжированием расстояний от кластеров до начала координат пространства E. Для обычной евклидовой метрики расстояние между элементами множеств I и I' по норме $\| \cdot \|$ определяется формулой [6]:

$$d(i, i') = \|i - i'\|^2 = \sum_{j \in J} (I_j - I'_j)^2.$$

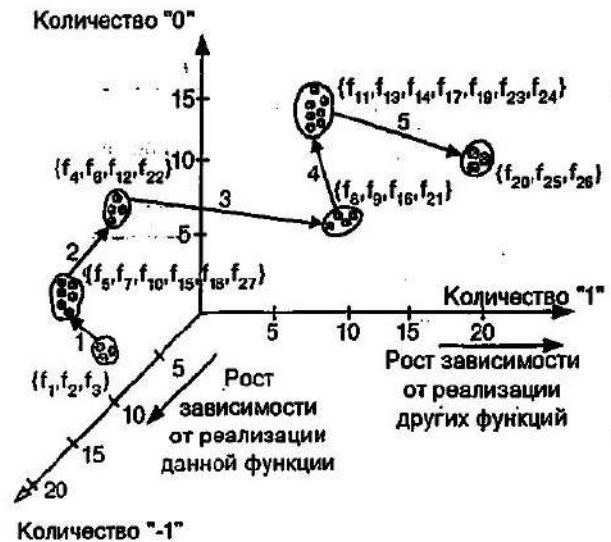


Рис. 2. Пространство E функций развития электронного бизнеса

В нашем случае в качестве i выступают функции в виде точек в трехмерном пространстве, а в качестве i' — начало координат пространства E.

Тогда расстояние от кластеров a до множества независимых функций b , находящихся в начале координат, определяется методом полной связи (дальнего соседа):

$$\delta_{\text{дст}}(a, b) = \max \{d(i, i'), i \in a, i' \in b\}.$$

В результате расчетов была получена структура связей между кластерами (рис. 2), указывающая последовательность реализации групп функций и, соответственно, очередность этапов процесса развития компании.

В связи с тем, что некоторые функции могут относиться к разным этапам развития и при кластеризации попасть не в тот этап, на котором она имеет принципиальное значение, предлагается выполнить последовательный пересмотр функций в разрезе выделенных кластеров.

Каждый этап будем характеризовать определенным критерием оптимальности и возможными ограничениями реализации (табл. 3).

В качестве структурной единицы (носителя) развития предполагается использовать бизнес-процессы, под которыми следует понимать множество видов деятельности интернет-компании, объединенных единой целью, в результате выполнения которых создается добавленная стоимость.

Таблица 3

Характеристика этапов развития системы электронного бизнеса

Этап развития	Наименование критерия оптимальности	Расчетная формула критерия	Направление оптимизации	Возможные ограничения
1	2	3	4	5
Предварительный	Критерий целевого сегментирования	$Q_1 = \frac{OR + PP}{CR},$ где OR — число изученных объектов рыночного пространства; PP — количество потенциальных партнеров; CR — объем целевого рынка	1	Недооценка роли среды общения; неадекватный размеру компании целевой рынок
Становление интернет-компаний	Критерий маркетинговой активности	$Q_2 = \sum_{r=1}^R in_r \times c_r + \sum_{k=1}^K \sum_{i=1}^I c_{ki} \times I_{ki} + \sum_{s=1}^S e_s \times kv_s,$ где in_r — количество выполненных транзакций по поддержке интерактивных запросов клиентов в r-ом сегменте целевого рынка; c_r — число клиентов в r-ом сегменте; I_{ki} — количество основополагающих вопросов стратегии i-го интернет-проекта, обсужденных с клиентами k-ым сотрудником; c_{ki} — число клиентов, проконтактировавших с k-ым сотрудником по i-му интернет-проекту; e_s — количество опубликованных информационных материалов на s-ом разделе корпоративного web-узла; kv_s — число продуктов/услуг на s-ом разделе узла	max	Ориентация организационной структуры в соответствии с предлагаемыми рынку товарами и услугами, а не целевыми группами потребителей
Обеспечение платформы e-бизнеса	Критерий технологического потенциала	$Q_3 = \frac{\sum_{i=1}^I I_i + \sum_{r=1}^R \sum_{t=1}^T Z_{rt} \times V_{rt} + \sum_{j=1}^J H_j \times K_j}{\sum_{i=1}^I O_i},$ где I_i — объем привлеченных инвестиций в i-ый проект развития; Z_{rt} — текущие затраты на осуществление сделок в r-ом целевом сегменте; V_{rt} — объем технологических решений, реализуемых в r-ом сегменте; H_j — стоимость хостинговых услуг j-го провайдера; K_j — число разделов web-узла, обслуживаемых j-ым провайдером; O_i — прирост оборотного капитала вследствие развития моделей взаимоотношения с потребителями	min	Высокая степень зависимости сетевой стратегии компании одновременно от маркетингового и информационно-технологического обеспечения, исключающая возможности подчинения технологической платформы интересам клиентов
Функциональный этап	Критерий транзакционной эффективности	$Q_4 = \sum_{r=1}^R \sum_{t=1}^T (a_{rt} \times X_{rt} + g_{rt} \times m_{rt}),$ где a_{rt} — текущие затраты на осуществление единицы объема электронных сделок в r-ом целевом сегменте за время t; g_{rt} — издержки функционирования обслуживающей инфраструктуры (снабженческо-бытовая сеть, банерная реклама, торговые площадки, биржи) в r-ом целевом сегменте; m_{rt} — планируемое количество электронных бизнес-проектов за время t в r-ом целевом сегменте	min	Традиционная культура торговли, связанная с "навязыванием продукции", а не привлечением потребителей
Этап управления и координации	Критерий результативности сетевого менеджмента	$Q_5 = \frac{SN}{UZ},$ где SN — вновь созданная стоимость вследствие оптимизации цепочек "поставщик-потребитель", создания системы непрерывной трансформации активов (СНТА) и минимизации рисков электронного бизнеса; UZ — затраты на внедрение новых элементов управленческой архитектуры, осуществление непрерывной финансовой отчетности, создание внешних интерфейсов для управления рынком потребителей и сетями каналов доставки и заказа	max	Слабый учет фактора новизны в силу чисто оценочного характера расчетов времени для перестройки и введения новых бизнес-решений

1	2	3	4	5
Этап укрупнения и интеграции	Критерий интеграционной эффективности	$Q_0 = DP + VS - ZN + IZ,$ где DP — дополнительный капитал, появляющийся вследствие передачи стратегического снабжения, производства и предоставления услуг внешним структурам; VS — выручка от стандартизации бизнес-процессов, расширения IT-инфраструктуры; ZN — затраты на осуществление электронных НИОКР и электронную разработку продукции, создание внешних интерфейсов для управления метарыночным окружением; IZ — процент сокращения издержек в условиях метарынка вследствие сокращения потребности в оборотном капитале, выявления резервов производственных мощностей и капитала, применения высокоскоростных средств телекоммуникации	max	Ограниченное число партнеров из-за потребности в значительных вложениях каждого участника СДС, вследствие чего возникает структурная ограниченность и создаются рыночные барьеры

Процесс развития непрерывно сопровождает жизненный цикл системы электронного бизнеса, хотя реализация этапов развития происходит дискретно. Структурная схема взаимосвязи бизнес-процессов развития интернет-бизнеса представлена на рис. 3 в виде сетевого графа, вершинами которого являются бизнес-процессы, а дугами — последовательность их реализации.

На схеме приняты следующие условные обозначения:

ASP — услуга, состоящая в предоставлении пользователям возможности программных средств и вычислительных мощностей провайдера;

CRM — системы управления взаимоотношениями с потребителями;

СДС — сообщества добавленной стоимости.

Накопление потенциала интернет-компаний в процессе прохождения этапов развития связано с появлением принципиально новых качеств в каждом из этапов, одновременно являющихся условиями перехода к следующему этапу. Эти качества порождаются бизнес-процессами из базового множества В, а в ряде случаев следует добавлять некоторые вспомогательные бизнес-процессы по формированию данных качеств.

Авторами в результате анализа специализированных литературных источников [1; 3; 4], а также деятельности интернет-компаний были выделены качества электронного бизнеса в разрезе этапов развития, составляющие множество U-системной модели (1).

Так, условиями перехода ко второму этапу является приобретение компанией на первом, предварительном этапе развития таких качеств, как

U_{11} — четко спланированный торговый цикл как последовательность действий комплексного обеспечения функционирования коммерческих операций в выбранном сегменте рынка;

U_{12} — определенность содержания электронного бизнеса в двух сферах — взаимодействия с фирмами-контрагентами и с клиентами — физическими лицами;

U_{13} — интеграция деловой информации, компьютеризированного делопроизводства и сети Интернет.

На этапе становления интернет-компаний для перехода к этапу обеспечения платформы е-бизнеса должны сформироваться следующие качества:

U_{21} — приспособленность товаров и услуг, размещаемых в электронных каталогах, к потребностям различных сегментов клиентуры и открытость их для самообслуживания и самостоятельного определения конфигурации технологической платформы;

U_{22} — возможность многоканального управления работой с потребителями (телефон, факс, Интернет, стационарная торговля).

Условиями перехода компании к функциональному этапу является формирование на этапе обеспечения платформы е-бизнеса таких качеств, как:

U_{31} — системная организованность интернет-компаний, заключающаяся в выделении частично автономных операционных единиц (рабочих групп, отделов) с дифференцированными ролями и координирующих систем управления взаимодействием этих операционных единиц;

U_{32} — налаженное функционирование электронных платежных систем, отвечающих требованиям конфиденциальности, целостности и аутентификации как продавца, так и покупателя;

U_{33} — эффективное управление базами данных и функционированием электронной почты; преодоление разрыва между потребностями бизнеса и способностью интернет-технологий компании удовлетворять их;

U_{34} — способность непрерывного развития web-узла компании с использованием БД шаблонов web-страниц, поддержкой моделей открытого рынка (предложение общих каталогов и каталогов готовой продукции наряду с информацией о новых товарах и рекламой) и иерархического рынка (предложение интегрированного каталога товаров, составленного из различных источников, или каталогов, приведенных в соответствие с потребностями покупателей, включая специальные цены).

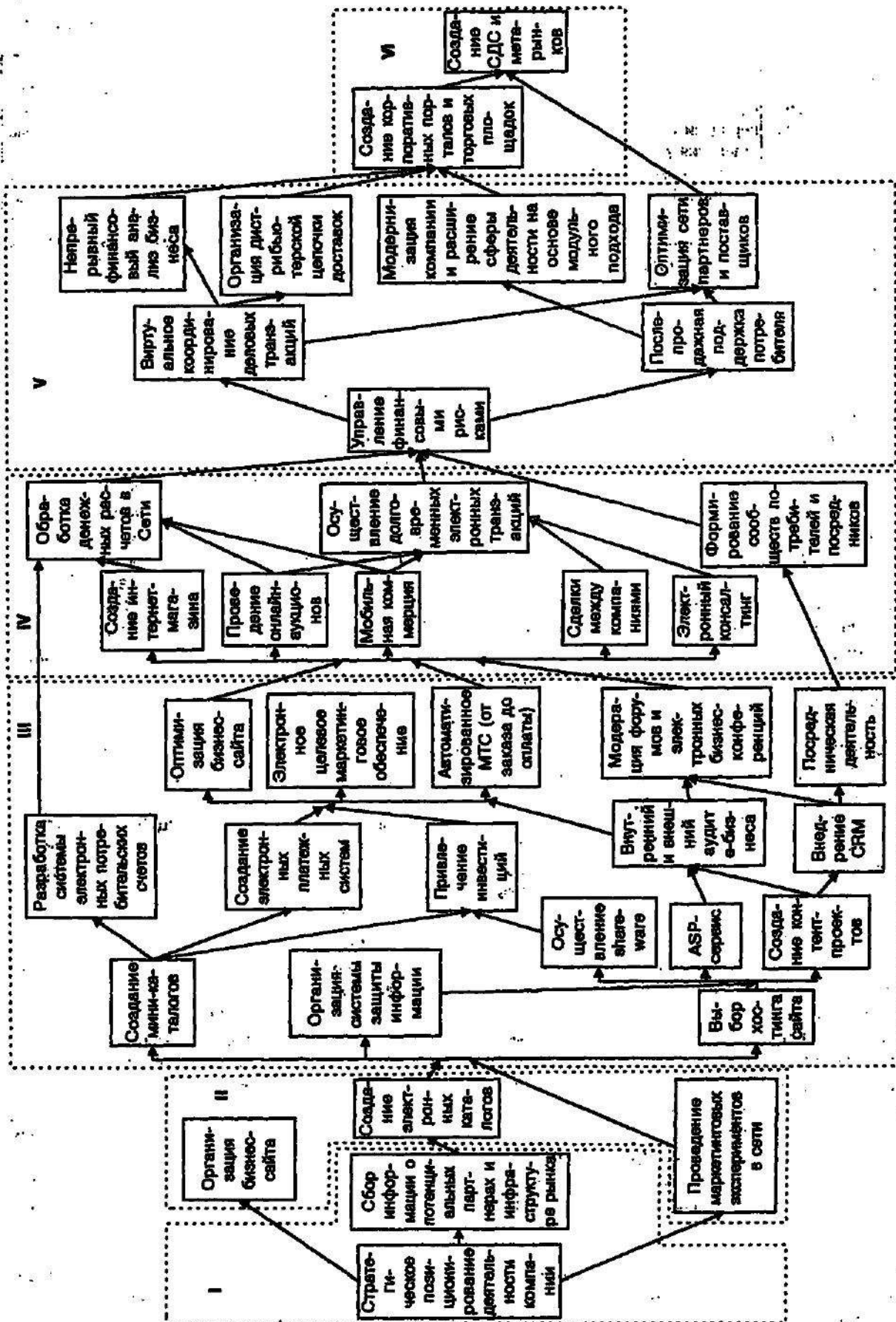


Рис. 3. Схема взаимосвязи бизнес-процессов развития электронного бизнеса

На функциональном этапе для успешного перехода компании к этапу управления и координации должны быть реализованы следующие условия:

U₄₁ — наличие эффективно функционирующей внутрифирменной сети (интранет) с точки зрения таких факторов, как управление знаниями, доступ к основной бизнес-информации на всех уровнях управления компанией, автоматизация и разработка специальных приложений для конкретных производственных процессов;

U₄₂ — разработанная стратегия развития электронного бизнеса компании и выделенные финансовые механизмы ее обеспечения;

U₄₃ — системная интегрированность сетевой инфраструктуры компании, выполняемых коммерческих транзакций, систем маркетингового, финансового и организационного обеспечения.

Условием перехода к этапу укрупнения и интеграции является приобретение фирмой на предыдущем этапе таких качеств, как:

U₅₁ — мобильность (подвижность) организационной структуры, позволяющая осуществлять регулирование как основных, так и вспомогательных бизнес-процессов и обеспечивающая возможность оптимизации каждого их элемента с целью приспособления к интеграционным процессам;

U₅₂ — установление договорных отношений, позволяющих компании передавать внешним структурам многие традиционные функции, создавать снабженческо-сбытовые сети, реорганизовывать своих партнеров в направлении синхронизации выполняемых функций, создания единой технологической платформы, выполнения коллективных сервисных услуг, что в конечном счете должно способствовать созданию альянсов;

U₅₃ — способность быстро конструировать и создавать сети внешних структур (систем производства и поставки продукции, систем управления взаимоотношениями с потребителями, систем маркетингового обеспечения и продвижения товаров).

Таким образом, системная модель развития интернет-бизнеса должна включать в себя выделенные и логически структурированные этапы, критерии моделей поведения компании в ходе реализации процесса развития, описание накопленного потенциала интернет-компании в виде множеств новых функций и качеств на каждом этапе развития.

Проведенный функциональный анализ развития электронного бизнеса позволяет сделать вывод о правильности сформулированной гипотезы о возможности моделирования развития с помощью S-образной логистической кривой. Наблюдается определенная детерминированность технологии развития e-бизнеса — на каждом этапе должно быть реализовано определенное множество структурных

единиц развития, прежде чем станет возможным переход к следующему этапу.

Построенная системная модель и конкретные интерпретации ее составляющих могут служить основой для анализа коммерческой деятельности интернет-компаний, исследования специфики процесса создания добавленной стоимости в ходе реализации этапов развития, а также использоваться как инструмент стратегического управления развитием виртуальной корпорации.

Литература: 1. Мянс Г. Метакапитализм и революция в электронном бизнесе. — М.: Открытые системы, 2001. — 264 с. 2. Ефремов В. С., Зудов Д. В. Проблемы экономики и организации @-бизнеса // Менеджмент в России и за рубежом. — 2000. — №4. — С. 3–25. 3. Козье Д. Электронная коммерция. — М.: Русская редакция, 1999. — 272 с. 4. Принцип электронного бизнеса. — М.: Открытые системы, 2001. — 224 с. 5. Годин В. В. ИТ и требования к менеджеру 21 века // Менеджмент в России и за рубежом. — 2001. — №2. — С. 10–24. 6. Жамбю М. Иерархический кластерный анализ и соответствия. — М.: Финансы и статистика, 1988. — 344 с.

Стаття надійшла до редакції
4.03.2003 р.

УДК 33.46

Кобзев П. М.

ПАРАМЕТРИЧЕСКАЯ ИДЕНТИФИКАЦИЯ ОБЪЕКТОВ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ НА ОСНОВЕ СИСТЕМНОЙ МОДЕЛИ

Предложен подход к параметрической идентификации объектов стратегического управления на основе системной модели открытых организационно-экономических систем. Дифференциация обобщенных системных параметров позволяет произвести полную идентификацию управляемого объекта при выполнении функции стратегического управления.

С позиций системного подхода трансформация экономики Украины из нерыночного в рыночное состояние может рассматриваться как управляемое изменение состояний государственной организационно-экономической системы (ГОЭС) и её элементов (предприятий и организаций), представляю-

© Кобзев П. М., 2003

щих собой ОЭС более низкого уровня. Изменения по своему характеру являются стратегическими и требуют стратегических подходов к управлению. Объектами стратегического управления являются как сама ГОЭС с её внешней и внутренней средой, так и её элементы (с их внешней и внутренней средой). При трансформации к рыночной экономике в качестве первоочередных объектов стратегического управления следует определить внутригосударственную среду (ВГСР), одновременно являющуюся внешней средой ОЭС, и её субъект управления — систему государственного управления (СГУ), также являющуюся при революционном характере изменений наиболее важным объектом стратегического управления.

В рыночном стратегическом подходе к управлению [1] большие и малые ОЭС рассматриваются как открытые системы, взаимодействующие с внешней средой. В системном анализе данный класс систем относится к искусственно создаваемым, особенностью которых является присутствие в них активного элемента — человека [2].

Попытки решить за истекшие 1991 – 2002 гг. в условиях системного кризиса стратегические проблемы трансформации ГОЭС "Украина" (в частности, её ВГСР и её элементов — ОЭС) традиционным методом проб и ошибок и проведением бессистемных реформ, не имея разработанных теории и практики стратегического управления изменениями в системе, не дали желаемых результатов. К одной из причин неуспеха можно отнести отсутствие у государственного стратегического менеджмента и стратегического менеджмента ОЭС правильной стартовой и целевой (рыночной) идентификации своей ВГСР, постсоветских ОЭС и их сред, приведшее к ошибочности идентификации проблем и целей трансформации.

При наличии вербальных описаний эталонных корректных рыночных ВГСР (стран с развитой рыночной экономикой), конкурентоспособных ОЭС (производственных фирм стран с развитой рыночной экономикой) и трансформируемых отечественных ВГСР и постсоветских ОЭС слабому в профессиональном отношении отечественному государственному стратегическому менеджменту не хватало представительных стратегических ориентиров при осуществлении функций стратегического управления объектами трансформации. В результате получили некорректную рыночную ВГСР и неконкурентоспособные отечественные ОЭС или, образно выражаясь, "...маємо те, що маємо".

Следовательно, актуальность вопроса идентификации указанных выше объектов вызвана возникшей и всё ещё не решённой, ввиду отсутствия адекватной теории и практики, проблемой управле-

ния стратегическими изменениями отечественных ВГСР и ОЭС в рамках рыночных преобразований ГОЭС "Украина".

При отсутствии строгой формализованной теории управление сложными системными проблемами осуществляют, как известно, на основе сочетания неформальных и формальных методов системного анализа [3]. В качестве формального метода системного анализа применительно к рассматриваемым ОЭС как открытым системам можно использовать известную кибернетическую модель "белого ящика". Ранее модель "белого ящика" в теории и практике стратегического управления для формализованных описаний предприятий как открытых систем не применялась. Метод параметрической идентификации объекта управления принципиально известен в кибернетике [4], однако для открытых ОЭС в стратегическом управлении он также не применялся. Поэтому научная новизна предложенного подхода состоит в создании системной модели ОЭС на основе модели "белого ящика" и метода системного параметрического описания ОЭС, его внешней и внутренней сред с целью их параметрической идентификации как объектов стратегического управления.

На рис. 1 представлена системная модель ОЭС "предприятие" как открытой системы и её внешней среды, построенной на основе модели "белого ящика" с параметрическим описанием ОЭС в обобщённых системных параметрах как объекта стратегического управления.

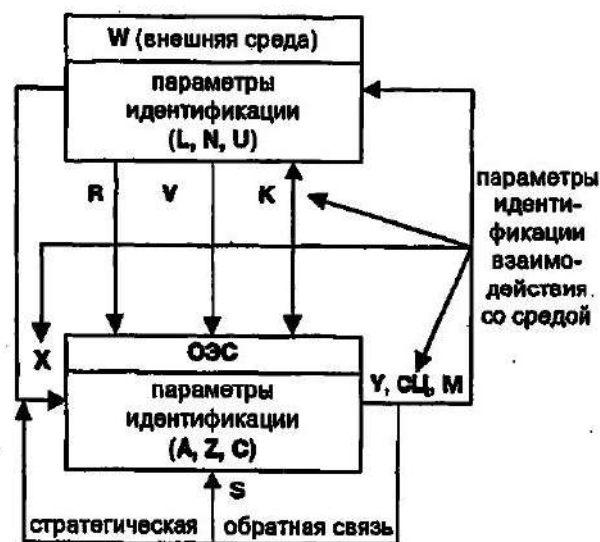


Рис. 1. Системная модель открытой ОЭС "предприятие" и её параметрическое описание в обобщённых параметрах

В модели на рис. 1 приняты следующие обозначения: ОЭС — объект параметрической идентификации; обобщённые параметры идентификации: **A** — элементы, **Z** — устройство, **C** — характеристики внутрен-

ней среды, S — показатели состояния, W — внешняя среда ОЭС, которая имеет обобщенные параметры идентификации: L — компоненты среды, N — факторы влияния, U — характеристики среды; параметры идентификации взаимодействия ОЭС с внешней средой: X — вход (ресурсы и услуги), Y — выход (продукты, услуги, выпуск ценных бумаг, технологические отходы), R — регламенты, V — воздействия за нарушение регламентов, K — коммуникации, CC — стратегическая цель, M — миссия.

Параметрическая идентификация описанной в обобщенных системных параметрах на рис. 1 открытой ОЭС формально может быть выражена функционалом Φ вида:

$\Phi(X, Y, A, Z, C, S, L, N, U, R, V, K, CC, M) = 0$, (1)

отображающим системную взаимосвязь всех идентифицирующих ОЭС обобщенных параметров. На основе данного функционала можно получить в общем виде формальное описание зависимости любого из параметров через остальные, входящие в функционал (1). В стратегическом управлении наиболее важной является зависимость выхода Y от остальных системных параметров, которую можно записать в общем виде:

$Y = F(X, A, Z, C, S, L, N, R, V, K, CC, M)$, (2)

где F — общий вид функциональной зависимости или целевой функции.

Выражения (1), (2) представляют параметрическую идентификацию статического, не зависящего от времени состояния ОЭС в обобщенных системных параметрах. Представленная выражениями (1), (2) параметрическая идентификация позволяет достаточно полно для целей стратегического управления отобразить любую открытую ОЭС, её элементы, а также внешнюю и внутреннюю среду приведенным на рис. 1 набором параметров, характеризующих все необходимые для её создания, функционирования и развития элементы, компоненты, характеристики, факторы, связи, признаки, свойства, состояния и взаимодействия.

Так, собственно, для целей стратегического управления сама ОЭС может быть достаточно представительно идентифицирована набором и взаимосвязью параметров X, Y, A, Z, C, S, CC и M . Внешняя среда ОЭС может быть также достаточно представительно для тех же целей идентифицирована набором параметров L, N, U, R, V . Взаимодействие ОЭС с внешней средой для указанных целей может быть идентифицировано набором параметров X, Y, M, L, N, U, R, V и K .

Ясно, что параметрическая идентификация на основе значений обобщенных системных параметров является недостаточно информативной для практических приложений и служит лишь принципиальным системным информационным описа-

нием или обобщенной информационной моделью ОЭС как объекта стратегического управления.

Для функционирующих ОЭС все параметры идентификации становятся функциями времени, а следовательно, выражение (1) можно записать в следующем виде:

$$\Phi, [Y(t), X(t), A(t), Z(t), C(t), S(t), CC(t), M(t), L(t), N(t), R(t), V(t), K(t)] = 0, \quad (3)$$

где Φ — функционал идентификации динамической ОЭС. По значениям параметров в заданные моменты времени $t_1, t_2, \dots, t_i$ можно получать срезы состояний ОЭС в процессе её функционирования.

В практическом плане представляет интерес параметрическая идентификация объекта в дифференцированных параметрах, значения и взаимосвязь которых позволяют получить полную и адекватную параметрическую идентификацию ОЭС как открытой системы и объекта стратегического управления. Примеры дифференциации обобщенных системных параметров Y и X для условного объекта приведены в соответствующих табл. 1 и 2.

Таблица 1

Дифференциация обобщенного параметра Y

Наименования дифференцированных параметров "выхода"	Усл. обозн.	Ед. изм.	Номинальное значение	Уровень/Качество
Миссия (лингвистическая переменная)	Y_1	—	Производство продукции, отражающее наш творческий подход, гордость и высокое качество	Высокий
Стратегическая цель	Y_2	колич.	ежегодный рост прибыли 10%	Высокий
Стратегическая цель (лингвистическая переменная)	Y_3	качеств.	Повысить качество услуг каждому клиенту	Высокий
Основная продукция/услуга	Y_4	натур.	100 ед./час	ГОСТ
Сопутствующая продукция	Y_5	"	500 кг/час	1-й сорт
Информация (продукт)	Y_6	Ф. А-4	100 л./мес.	Высокий
Технологические отходы	Y_7	натур.	350 кг/смену	Твердые
Вредные выбросы (газ)	Y_8	"	200 м³/час	2,5 ПДК
Благотворительность	Y_9	стоим.	25 000 грн./год	Высокий
Ценные бумаги	Y_{10}	"	100 000 грн./год	—

Таблиця 2

Дифференциация обобщенного параметра X

Наименования параметров "входа" (ресурсы/услуги)	Усл. обозн.	Ед. измерения.	Удельная потребность	Уровень/качество
Материально-технические	X_1	стоимостные	X_1/Y	ГОСТ
Топливо-энергетические	X_2	"	X_2/Y	"
Трудовые	X_3	чел.	X_3/Y	средний
Финансовые	X_4	стоимостные	X_4/Y	"
Инфраструктуры услуги	X_5	"	X_5/Y	высокое
Информационные ресурсы и услуги	X_6	"	X_6/Y	"

Из табл. 1 и 2 видно, что обобщенные параметры Y и X условной ОЭС "предприятие" могут достаточно полно и адекватно для задач стратегического управления описываться девятью и шестью значениями дифференцированных параметров соответственно, которые характеризуются пятью информационными признаками каждый.

В табл. 1 параметры M и CЦ (качественная) описываются лингвистическими переменными [5]. Представленная в табл. 2 степень дифференциации обобщенного параметра до ресурсных групп является достаточной в первом приближении для целей информационно-аналитического обеспечения функций и задач стратегического управления. Принципиально важными являются номенклатурная полнота, сбалансированность с удельной потребностью, уровень и качество ресурсного обеспечения "выхода". При необходимости можно получить следующий уровень дифференциации обобщенного параметра.

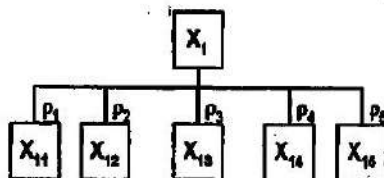


Рис. 2. Модель дифференциации обобщенного параметра X_1

Принятые на рис. 2 условные обозначения: X_{11} — сырьё, X_{12} — вспомогательные материалы, X_{13} — запчасти, X_{14} — инструменты, X_{15} — малоценные предметы и материалы; p_1, p_2, p_3, p_4, p_5 — удельные веса значений соответствующих дифференцированных параметров в значении порождающего параметра X_1 ; $\sum p_{1-5} = 1$ — условие нормировки.

На рис. 2 в качестве примера представлена иерархическая модель дифференциации параметра X_1 . В соответствии с выбранной системой классификации объекта (ресурсной группы), релевантной целям параметрической идентификации, дифференциацию производят до требуемой точности определения значения параметра.

Обобщенные системные параметры A, Z, C, S, описывающие состав, структуру, состояние, характеристики внутренней среды ОЭС; L, N, U, описывающие состав, структуру, состояние, характеристики и факторы внешней среды ОЭС; R, V, K, которые описывают установленные регламенты для ОЭС, воздействия на ОЭС и коммуникации ОЭС с внешней средой, являются многокомпонентными и требуют соответственно адекватной декомпозиции при дифференциации.

Дифференцирование параметра A на первом уровне декомпозиции может быть произведено на основе классификатора видов системной деятельности ОЭС как функционального преобразователя, представленного на рис. 3.

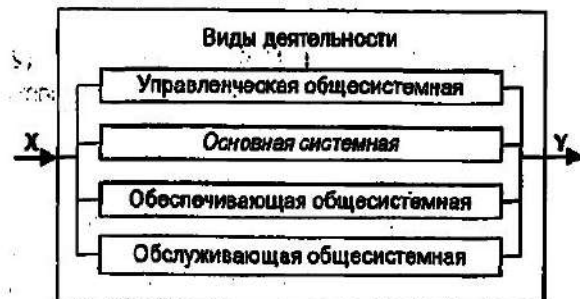


Рис. 3: Структура деятельности ОЭС как системного функционального преобразователя

Согласно представленной на рис. 3 структуре, обобщенный параметр A (состав элементов) может быть представлен суммой структурных организационных элементов каждого вида деятельности: A_1 — управленческой общесистемной; A_2 — основной системной (производственной); A_3 — обеспечивающей общесистемной; A_4 — обслуживающей общесистемной. При этом деятельность A_1 выполняется управляющей подсистемой, а деятельности A_2, A_3 и A_4 — управляемой подсистемой. Организационные структурные элементы, декомпонованные по видам деятельности до уровня учётных подразделений или до уровня рабочих мест, представляют собой полный набор элементов ОЭС в разрезе видов деятельности, обеспечивающих её целостность.

Внутреннее устройство и структура взаимосвязи элементов ОЭС (Z) в обобщенном виде могут

быть представлены по подсистемам: управляющей и управляемой. Параметрическая идентификация данного обобщенного параметра осуществляется видом взаимосвязи элементов управляющей и управляемой подсистем: информационными и материальными потоками; линейным и функциональным подчинением; технологической и производственной структурами. Дифференциация параметра Z производится по видам деятельности ОЭС согласно структуре на рис. 3: Z_1 — организационная и функциональная структура взаимосвязи элементов в управленческой деятельности; Z_2 — организационная, технологическая и производственная — в основной деятельности; Z_3 — организационная, технологическая и производственная — в обеспечивающей деятельности; Z_4 — организационная, технологическая и производственная — в обслуживающей деятельности (инфраструктуре).

Дифференциация обобщенного параметра C производится по функциональным характеристикам отношений между структурными элементами ОЭС: C_1 — характер отношений, установленных внутренними регламентами деятельности структурных элементов ОЭС; C_2 — установившиеся неформальные регламенты поведения активных элементов в процессе выполнения деятельности, включающие уровень некорректных отношений; C_3 — уровень корпоративной культуры; C_4 — декларируемые активными элементами общечеловеческие ценности.

Дифференциация обобщенного параметра S производится по значимым для рыночной экономики частным показателям состояния функционирующей ОЭС: S_1 — значение показателя системного потенциала (организационно-функциональная способность и системное совершенство); S_2 — показатель конкурентоспособности; S_3 — показатель стратегичности; S_4 — показатель уровня инноваций и развития; S_5 — показатель рыночной стоимости.

Состав и структура обобщенного параметра L , идентифицирующего компоненты внешней среды ОЭС, представлены на рис. 4 иерархической моделью внешней среды, адекватной внутренней среде ГОЭС "Украина".

Принятые в модели на рис. 4 условные обозначения: L_1 — компоненты-регуляторы мировой глобальной рыночной среды W_{wm} и регламенты R_{wm} для ГОЭС и ОЭС (ТНК), функционирующих в этой среде; L_2 — компоненты-регуляторы СГУ для ВГСР ($W_{вгср}$) и регламенты $R_{вгср}$ для ОЭС, создаваемых и функционирующих в этой среде; L_3 — компоненты-регуляторы СГУ для рыночных макросред регионов и отраслей ($W_{ро}$) и дополнительные регламенты $R_{ро}$ для ОЭС, создаваемых и функционирующих в этой

среде; L_4 — компоненты-регуляторы СГУ для рыночной областной микросреды ($W_{обл}$) и дополнительные регламенты $R_{обл}$ для ОЭС, создаваемых и функционирующих в этой микросреде; L_5 — компоненты-регуляторы СГУ для районной рыночной микросреды ($W_{рс}$) и дополнительные регламенты $R_{рс}$ для ОЭС, созданных и функционирующих в этой среде; L_6 — компоненты-регуляторы СУ (система управления) ОЭС (субъекта рынка) для внутренней рыночной среды ($W_{вс}$) и внутренние регламенты $R_{вс}$ для этой среды; $R_{сгу}$ — основной регламент СГУ для компонент $L_2 - L_6$.

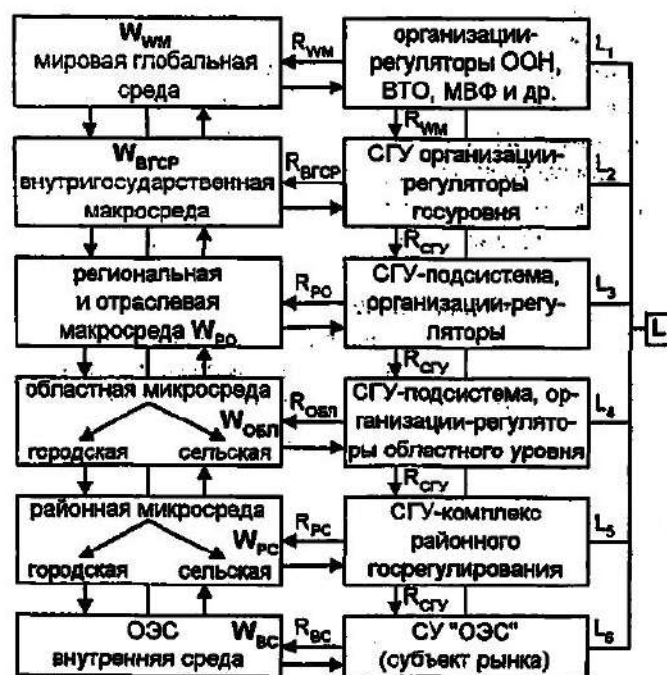


Рис. 4. Модель внешней среды ОЭС

Основными компонентами внешней среды являются: структурные элементы иерархической СГУ в виде организаций-регуляторов соответствующего уровня ($L_2 - L_6$); структурные образования ГОЭС согласно административному делению ($W_{ро}$, $W_{обл}$, $W_{рс}$); различные ОЭС (семьи, предприятия различных форм собственности, организации инфраструктуры, включая общественные, различные бизнес-структуры, представительства иностранных государств и международных организаций), распределённые по территориальным структурным образованиям ВГСР.

Обобщенный системный параметр N может быть достаточно полно и однозначно идентифицирован следующими дифференцированными параметрами первого уровня декомпозиции: уровнем неустойчивости среды ($N_{нс}$), набором факторов косвенного ($N_{к}$) и прямого ($N_{п}$) воздействия, факторами возможностей ($N_{в}$) и угроз ($N_{у}$), а

также уровнем некорректности рыночной среды (U_n).

Обобщенный параметр R устанавливается организациями-регуляторами глобальной среды. Организации, являющиеся регуляторами более низких уровней иерархии СГУ, устанавливают для своих сред дополнительные к основным регламенты, исходя из специфики локальных условий и конкретных значений макро- и микрофакторов для данной локальной среды. Идентификация параметра R осуществляется путём дифференциации внешних (см. рис. 4) и внутренних по отношению к ОЭС регламентов. К внешним относятся: формальные — Конституция, законы, указы Президента, постановления Кабинета Министров, решения парламента, ГОСТы, положения, инструкции и др.; неформальные — устанавливаемые вышестоящими органами правила поведения нижестоящих структур с вышестоящими. К внутренним относятся: формальные — устав, положения о подразделениях, должностные инструкции, правила внутреннего распорядка, технологические инструкции и др.; неформальные — устанавливаемые правила поведения и отношений активных элементов внутри ОЭС по вертикали, по диагонали и по горизонтали.

В иерархической структуре сред и компонентов регламенты нижних уровней не должны противоречить регламентам верхних иерархических уровней. При декомпозиции каждой из представленных на рис. 4 компонент может быть получен полный перечень их дифференцированных параметров, однозначно идентифицирующих своими значениями описываемые ими характеристики среды.

Обобщенный параметр V дифференцируется в зависимости от воздействия каждой компоненты внешней среды на ОЭС: V_1 — уставные воздействия; V_2 — неуставные воздействия.

Таким образом, предложенный метод позволит не только однозначно идентифицировать объекты стратегического управления и их внешние среды, но и решить проблему адекватного информационно-аналитического обеспечения систем стратегического управления на основе актуализируемого по значениям дифференцированных параметров "Систем-

ного паспорта ОЭС" в качестве базы стратегических данных. Предлагаемый метод в сочетании с концепцией стратегического управления отечественными предприятиями Украины в условиях перехода к рынку [6] и методом формализованного описания лингвистическими переменными внешних и внутренних рыночных факторов бизнес-систем [5], дополняя арсенал научных методов и приёмов стратегического управления для практики, будет способствовать более эффективному решению проблем трансформации ВГСР в корректное рыночное состояние и отечественных предприятий в конкурентоспособное состояние.

Литература: 1. Ансофф И. Стратегическое управление: Пер. с англ. — М.: Экономика, 1989. — 520 с. 2. Перегудов Ф. И., Тарасенко Ф. П. Введение в системный анализ: Учеб. пособие для вузов. — М.: Высшая школа, 1989. — 368 с. 3. Системный анализ в экономике и организации производства: "Экономическая информатика и АСУ" [С. А. Валуев, В. Н. Волкова, А. П. Градов и др.]; / Под общ. ред. С. А. Валуева, В. Н. Волковой. — Л.: Политехника, 1991. — 396 с. 4. Энциклопедия кибернетики: Т. 1. — К.: Главная редакция УСЭ, 1974. — 608 с. 5. Ефремов В. С. Стратегическое планирование в бизнес-системах. — М.: Издательство "Финпресс", 2001. — 240 с. 6. Пономаренко В. С. Стратегічне управління підприємством. — Харків: Основа, 1999. — 620 с.

Стаття надійшла до редакції
4.03.2003 р.

УДК 336.76

Стрижиченко К. А.

МЕТОДЫ ТЕХНИЧЕСКОГО АНАЛИЗА: ДОСТОИНСТВА И НЕДОСТАТКИ

Проведен сравнительный анализ основных методов технического анализа, которые применяются для определения перелома в линии тенденции курсовой стоимости акций, выделены их основные достоинства и недостатки. Рассчитаны показатели эффективности по курсовым стоимостям акций фондового рынка Украины.

Деятельность инвестора на фондовом рынке можно разделить на три направления: стратегическое инвестирование, инвестирование для владения ценными бумагами (ЦБ) и инвестирование для распоряжения ими. Наибольшая оперативность при принятии решений на фондовом рынке присуща третьему направлению, в связи с чем для инвестора важным является определение момента времени, в

* **Примечание.** Под уровнем некорректности рыночной среды понимаются: доля бартерных рыночных операций " $T - T$ " ("товар - товар") в общем объеме рыночных операций (" $T - T$ " + " $T - D - T$ "), доля теневых операций в общем объеме хозяйственных операций, доля дебиторской и кредиторской задолженностей в общем объеме оборотных средств, доля невыполненных и безнаказанных установленных регламентов и договорных обязательств к их общему объему, а также доля неуставных воздействий в системе, исключающих или замещающих уставные воздействия за нарушения регламентов. Значение уровней определяется в диапазоне 0 - 1, интегральный уровень некорректности определяется суммированием произведений частных показателей и их значимостей для негативных последствий в ГОЭС.

который необходимо осуществлять операции по купле-продаже ЦБ. Для решения этой задачи используются методы технического анализа, которые представлены в работах Элдера, Кузнецова, Элиота, Жваколюка [1]. Основные из них: метод осцилляторов, метод пересечения средних, метод индекса относительной величины цен, метод Каири, метод полосы Буолинджера. В работах этих авторов проводится вербальное описание методов, однако каждый из методов имеет свои достоинства и недостатки, которые влияют на оперативность и качество принимаемых решений, поэтому в данной статье проводится сравнительный анализ методов по критериям качества и оперативности на основе анализа фондового рынка Украины.

Метод осцилляторов (Oscillator – OSC). Данный метод основан на анализе краткосрочных колебаний курсовых стоимостей акций на фоне их долгосрочных тенденций. Осциллятор рассчитывается по следующей формуле: $OSC = SMA(n) - SMA(m)$, где $SMA(m)$ и $SMA(n)$ — простые скользящие средние, которые рассчитываются по формуле:

$$SMA(n) = \left(\sum_{i=1}^n y_i \right) / n, \text{ где } n — \text{период сглаживания};$$

y_i — значение ряда в i -й момент времени. Решение о покупке или продаже ценных бумаг принимается на основании системы неравенств:

$$\begin{cases} \text{Покупка: } OSC > S \times SMA(n) \\ \text{Продажа: } OSC < -S \times SMA(n) \end{cases}$$

где S — уровень доверительного интервала.

Метод пересечения средних (Moving average Convergence – Divergence MACD). Данный метод использует две скользящие средние и такие периоды сглаживания: $S_1 = 12$, $S_2 = 26$, $S_3 = 9$. Аналитическая запись имеет следующий вид: $MACD\ line = EMA(S_2) - EMA(S_1)$, $Signal\ line = EMA(MACD\ line, S_3)$. Условия, характеризующие сигналы о купле-продаже, следующие:

$$\begin{cases} \text{Продажа: } signal\ line > S \times EMA(S_1) \\ \text{Покупка: } signal\ line < -S \times EMA(S_1) \end{cases}$$

где S — уровень доверительного интервала.

Метод индекса относительной величины цен (Relative Strength Index – RSI) был разработан У. Уилдером в конце 70-х годов XX столетия. Он позволяет отделять движение цен вверх от движения вниз, что дает возможность определить моменты переоценки или недооценки акций.

Алгоритм расчета с помощью данного метода следующий:

1. Нахождение ряда, характеризующего движение цен вверх и расчет показателя U_i :

$$U_i = \begin{cases} P_i - P_{i-1}, & \text{если } P_i > P_{i-1} \\ 0, & \text{если } P_i \leq P_{i-1} \end{cases}$$

где P_i, P_{i-1} — цена закрытия.

2. Нахождение ряда, отражающего движение цен вниз и расчет показателя V_i :

$$V_i = \begin{cases} P_{i+1} - P_i, & \text{если } P_{i+1} > P_i \\ 0, & \text{если } P_{i+1} \leq P_i \end{cases}, \text{ где } P_{i+1} — \text{цена за-}$$

крытия.

3. Расчет процента движения вверх от полного движения цен:

$$RSI_i(n) = \frac{EMA_u(u, n)}{EMA_u(u, n) + EMA_v(v, n)} \times 100\%.$$

Наиболее оптимальным, по мнению разработчика данного метода, является процент раздвижки границ, равный 20% ($S=20$). Условием для купли-продажи акций является следующая система неравенств:

$$\begin{cases} \text{Продажа: } RSI_i(n) > 50 + S \\ \text{Покупка: } RSI_i(n) < 50 - S \end{cases}$$

Усредненный RSI (MARSИ) является более распространенным, чем RSI. Индикатор MARSИ является сглаженной с помощью простого сглаживания величиной RSI по периоду m . Данный период определяется инвестором и обычно равен количеству торговых сессий в более объемную временную единицу (для дневных торгов $m = 5$, так как проводится пять торговых сессий в неделю). Аналитическая запись метода: $MARSИ_i(m) = SMA(RSI_i(n), m)$. Условия для определения точек перелома такие:

$$\begin{cases} \text{Продажа: } RSI_i(n) > 50 + S, \quad RSI_i(n) > MARSИ_i(m) \\ \text{Покупка: } RSI_i(n) < 50 - S, \quad RSI_i(n) < MARSИ_i(m) \end{cases}$$

где n — период сглаживания для индекса относительной величины цен.

Метод Каири (Kairi – KRI) позволяет определять момент времени t , в который текущее значение цены резко увеличивается или уменьшается. Для этого используется нахождение процента разброса цены от его среднего. Аналитическая запись имеет следующий вид: $K_i = ((P_i - SMA_i(n)) \times 100\%) / SMA_i(n)$.

Для определения условий покупки или продажи акций используется доверительный интервал (S):

$$\begin{cases} \text{Продажа: } K_i > S \\ \text{Покупка: } K_i < -S \end{cases}$$

Метод полосы Буолинджера (Boulinger Bonds – BBU) позволяет находить моменты переоценки или недооценки акций.

Размер данной полосы рассчитывается по следующей формуле:

$$Bonds_i = k \times \Delta P = k \times \sqrt{\frac{1}{n} \sum_{i=0}^{n-1} (P_{t-i} - SMA_t(n))^2},$$

где k — параметр, определяющий долю среднеквадратического отклонения, учитывающуюся в полосе.

Так как полоса строится вокруг среднего сглаженного значения ряда, то верхнее и нижнее значения полосы имеют следующий вид:

$$Upper_i = SMA_t(n) + Bonds_i$$

$$Lower_i = SMA_t(n) - Bonds_i$$

Условия покупки и продажи следующие:

$$\begin{cases} \text{Продажа: } P_i > Upper_i \\ \text{Покупка: } P_i < Lower_i \end{cases}$$

Для анализа эффективности результатов этих методов предлагается ввести следующие показатели: показатель совпадения переломов (Π): $\Pi_1 = (K_1/n) \times 100\%$; показатель несовпадения переломов с получением прибыли (Π): $\Pi_2 = (K_2/n) \times 100\%$; показатель несовпадения переломов с получением убытков (Π): $\Pi_3 = (K_3/n) \times 100\%$; критический показатель, который отражает обратно противоположные переломы (Π): $\Pi_4 = (K_4/n) \times 100\%$, где K_1, K_2, K_3, K_4 — количество переломов; n — количество определенных переломов в линии тенденции.

Экономическая интерпретация этих показателей следующая:

чем больше значение первого показателя, тем выше точность метода; чем больше значение суммы 1-го и 2-го показателей, тем выше эффективность метода с точки зрения получения прибыли ($\Pi_{\text{пол}}^{\text{общ}} = \Pi_1 + \Pi_2$);

чем больше сумма 3-го и 4-го показателей, тем выше вероятность получения убытков ($\Pi_{\text{отр}}^{\text{общ}} = \Pi_3 + \Pi_4$).

Данные методы апробированы на курсовых стоимостях акций фондового рынка Украины. На основании апробации рассчитаны предложенные показатели эффективности (табл. 1).

Таблица 1

**Показатели эффективности методов
технического анализа**

Основные	N	87	19	184	184	64	127	
	Π_1	0,227	0,739	0,612	0,612	0,766	0,699	
	Π_2	0,213	0,053	0,279	0,279	0,144	0,175	
	Π_3	0,31	0,208	0,095	0,095	0,062	0,094	
	Π_4	0,25	0	0,014	0,014	0,028	0,032	
	$\Pi_{\text{пол}}^{\text{общ}}$	0,440	0,792	0,891	0,891	0,910	0,874	
	$\Pi_{\text{отр}}^{\text{общ}}$	0,560	0,208	0,109	0,109	0,090	0,126	
Частные	Покупка	N	38	10	59	59	28	47
		Π_1	0,34	0,9	0,83	0,83	0,89	0,85
		Π_2	0,14	0,1	0,17	0,17	0,11	0,15
		Π_3	0,18	0	0	0	0	0
		Π_4	0,34	0	0	0	0	0
		$\Pi_{\text{пол}}^{\text{общ}}$	0,48	1	1	1	1	1
		$\Pi_{\text{отр}}^{\text{общ}}$	0,52	0	0	0	0	0
	Продажа	N	49	9	125	125	36	80
		Π_1	0,14	0,56	0,51	0,51	0,67	0,61
		Π_2	0,27	0	0,33	0,33	0,17	0,19
		Π_3	0,41	0,44	0,14	0,14	0,11	0,15
		Π_4	0,18	0	0,02	0,02	0,05	0,05
		$\Pi_{\text{пол}}^{\text{общ}}$	0,41	0,56	0,84	0,84	0,84	0,8
		$\Pi_{\text{отр}}^{\text{общ}}$	0,59	0,44	0,16	0,16	0,16	0,2

В результате проведенного сравнительного анализа выделены достоинства и недостатки каждого метода (табл. 2).

Таблица 2

Достоинства и недостатки методов технического анализа

Показатели	Методы					
	OSC	MACD	RSI	MARSI	KRI	BBI
Основные достоинства	1. Простота в расчетах.	1. Высокое качество при УРК. 2. Отсутствие задержки во времени.	1. Высокое качество при УРК.	1. Увеличение качества метода при введении дополнительного условия. 2. Высокое качество при УРК.	1. Простота в расчетах. 2. Высокое качество при УРК.	1. Определение незначительных переломов. 2. Высокое качество при УРК.
Основные недостатки	1. Задержки во времени. 2. Низкое качество УР.	1. Неопределенность при выборе периода сглаживания. 2. Низкое качество УРП. 3. Малое количество точек перелома. 4. Необходимо большое количество информации.	1. Неопределенность при выборе периода сглаживания. 2. Низкое качество при УРП. 3. Задержка УР.	1. Задержка УР.	1. Задержка УР.	1. Задержка УР.

Условные обозначения:

УР — управленческое решение;

УРК — управленческое решение о покупке акций;

УРП — управленческое решение о продаже акций.

Пользуясь результатами анализа, можно сделать такие выводы:

наилучший результат при определении точки перелома на покупку показал метод расхождения скользящих средних;

при определении перелома линии тенденции на продажу лучший результат показал метод Каири.

Данные методы являются методами, разработанными для развитых фондовых рынков (ФР). Так как украинский ФР является развивающимся, то на нем ограничен доступ к большим объемам информации, поэтому необходима разработка методов, которые бы позволяли находить точку перелома на небольшом количестве наблюдений.

Литература: 1. Жваколюк Ю. Внутривнедневная торговля на рынке Форекс. — СПб.: Питер, 2000. — 188 с.

*Стаття надійшла до редакції
9.12.2002 р.*

УДК 519.8+519.72(06)

Николаева И. С.

МЕТОД ФОРМИРОВАНИЯ ПОДМНОЖЕСТВА НЕДОМИНИРУЕМЫХ РЫНКОВ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

На основании знаний о множестве предполагаемых рынков реализации и предельного плана реализации в них продукции рассматривается постановка задачи формирования подмножества недоминируемых рынков реализации продукции предприятия и предлагается метод ее решения в условиях нестохастической неопределенности.

Конкурирующие предприятия А и В, выпускающие соответственно количество продукции $N_A = \sum_{k=1}^K N_A^{(k)}$

и $N_B = \sum_{k=1}^K N_B^{(k)}$ типов k и $\bar{k}$, которая сопоставима по своему функциональному предназначению, планируют ее реализацию в M рынках сбыта (пунктах), которые составляют множество $M = \{m_i\}$, $i = \overline{1, M}$.

Множеству M поставлены в соответствие векторы $\{S_m^{(k)}\}$ и $\{S_m^{(\bar{k})}\}$, $m = \overline{1, M}$; $k = \overline{1, K}$; $\bar{k} = \overline{1, \bar{K}}$, каждый из которых характеризует насыщенность рынка в m -ом пункте реализации по продукту типа $k = \overline{1, K}$ и $\bar{k} = \overline{1, \bar{K}}$. Насыщенность m -го пункта продуктом, например, типа k , выпускаемого предприятием А, характеризуется компонентой $S_m^{(k)}$ вектора $S^{(k)} = \{S_1^{(k)}, \dots, S_m^{(k)}, \dots, S_M^{(k)}\}$, которая определяется по соотношению вида

$$S_m^{(k)} = \frac{\ln(1 - P(B_m^{(k)}))}{\ln P(A_m^{(k)})}, \quad (1)$$

где $A_m^{(k)}$ — событие, состоящее в том, что продукт типа k будет реализован в m -ом пункте в течение предстоящего временного промежутка τ ;

$B_m^{(k)}$ — событие, состоящее в том, что за тот же временной промежуток τ не будет реализована хотя бы одна единица продукции типа k в m -ом пункте реализации.

Для ЛПР представляет интерес задача: каким пунктам реализации продукции $m_f^{(k)}$, $f = \overline{1, F}$, $\forall f m_f^{(k)} \in M$ ЛПР может отдать предпочтение, то есть на каком основании ЛПР должно формировать подмножество $M_f^{(k)} \subset M$ пунктов реализации продукции k -го типа? Из (1) видно, что вектор $S^{(k)}$ может быть сформирован, если известны $P(A_m^{(k)})$. Для ЛПР возможен подход: пункт реализации m_q предпочтительнее пункта реализации m_n , если пункту m_q соответствует большее значение компоненты предельного плана реализации продукции k -го типа, то есть $m_q > m_n$, если $S_{m_q}^{(k)} > S_{m_n}^{(k)}$. Такой подход предполагает, что принятие решения ЛПР в момент времени t_0 о возможности реализации продукции k -го типа в течение временного интервала τ , начиная с момента времени $t_k > t_0$, основано на допущении о том, что спрос на продукцию k -го типа в будущем будет, по крайней мере, не ниже того уровня спроса, которым характеризуется предыдущий период. При принятии такого допущения задача о формировании подмножества предпочтительных пунктов реализации продукции k -го типа $M_f^{(k)} \subset M$ будет рассматриваться в условиях стохастической неопределенности. Отмеченное выше допущение является достаточно жестким. В такой постановке нет оснований для того, чтобы указать такое значение компоненты $\bar{S}_m^{(k)}$ на момент времени $t_k > t_0$, при которой выполнение неравенства $S_m^{(k)} \leq \bar{S}_m^{(k)}$ могло быть основанием для формирования подмножества $M_f^{(k)} \subset M$.

В работе Й. Лаунга [1] рассмотрено две модели разделения на торговые зоны средствами теории нечетких множеств. Обе модели предложены для выработки решения ЛПР на момент времени t_0 без учета прогнозных значений основных показателей рынка в течение временного интервала τ , начиная с момента времени $t_k > t_0$, при допущениях: существует рынок, отвечающий линейной модели; распределение населения носит произвольный характер; конкурирующие фирмы производят однородный товар; цены одинаковые; существует функция потребительского предпочтения, которая изменяется обратно пропорционально трудности преодоления пути до фирмы.

Отмеченный недостаток моделей, рассмотренных в работе [1], может быть устранен, а принятые допущения при их разработке, по мнению автора, могут быть ослаблены, если формирование подмножества $M_i^{(k)} \subset M$, что равносильно разделению на торговые зоны по типам продукции, основывать на прогнозных значениях компонент векторов $S^{(k)}$ и $S^{(\bar{k})}$, которые характеризуют насыщенность m -го рынка продукцией типов k и $\bar{k}$. Прогнозирование компонент векторов может быть основано на формализации в виде функций принадлежности термов лингвистической переменной "значение вероятности реализации единицы продукции k -го ($\bar{k}$ -го) типа на m -ом рынке". Ослабление посылок, принятых в исследовании [1], может иметь место при учете субъективных мнений экспертов о бинарном нечетком отношении нестрогого предпочтения рынков сбыта продукции типов k и $\bar{k}$ в течение временного интервала τ , начиная с момента времени $t_k > t_0$. Такой подход к рассмотрению задачи формирования множества рынков сбыта соответствует содержанию термина "нестохастическая неопределенность".

Итак, рассматривается задача: формирование подмножества предпочтительных рынков сбыта (пунктов реализации) продукции определенного типа в условиях нестохастической неопределенности.

Постановка и решение этой задачи отвечает программе фундаментальных исследований важнейших проблем естественных, общественных и гуманитарных наук, а также государственной программе демократизации и развития конкуренции.

Решение этой задачи возможно на основе организации экспертизы и обработки экспертных данных.

Пусть в экспертизе принимает участие L экспертов. Схема экспертизы состоит в следующем: эксперты независимы, обратная связь отсутствует, эксперты имеют разные веса. Эксперты располагают сведениями о возможности реализации продуктов типа k и $\bar{k}$ в m -ом пункте реализации в течение

временного интервала τ , начиная с момента времени $t_k > t_0$, исходя из значений $S_m^{(k)}$ и $S_m^{(\bar{k})}$ на момент времени $t_k < t_0$.

Под критерием выработки решений понимается правило, согласно которому принимается или отвергается та или иная альтернатива. Критерием, на основании которого ℓ -ый эксперт высказывает свое субъективное мнение о предпочтительности m_q пункта реализации продукции k -го типа по отношению к m_n -му пункту реализации, является нечеткое бинарное отношение нестрогого предпочтения ($m_q \succeq m_n$) на основании знаний характеристик насыщенности рынка в этих пунктах на момент времени $t_k < t_0$.

Субъективное мнение ℓ -ый эксперт, $\ell = \overline{1, L}$, представляет функцией принадлежности $\mu_{\tilde{R}_\ell}(m', m'') \in M$ нечеткого множества $\tilde{R}_\ell$ бинарных отношений нестрогого предпочтения.

В соответствии с общепринятым определением [2] нечетким отношением $\tilde{R}(m', m'')$ на обычном множестве M называют нечеткое подмножество прямого декартова произведения $M \times M$, которое характеризуется функцией принадлежности $\mu_{\tilde{R}}: M \times M \rightarrow [0, 1]$. При попарном сравнении элементов m' и m'' эксперты учитывают условие нормировки, из которого следует:

$$\mu_{\tilde{R}_\ell}(m', m'') = 1 - \mu_{\tilde{R}_\ell}(m'', m'),$$

а значение $\mu_{\tilde{R}_\ell}(m', m'')$ принимается как субъективная мера отношения $(m', m'') \in \tilde{R}$. Каждый ℓ -ый эксперт руководствуется тем, что значение функции принадлежности $\mu_{\tilde{R}_\ell}(m', m'')$ для каждой пары сравниваемых элементов означает степень выполнения предпочтения: "элемент m' не хуже" элемента m'' ". Исходя из того, что нечеткое отношение нестрогого предпочтения обладает свойством рефлексивности, то $\mu_{\tilde{R}_\ell}(m', m') = 1$. Если $\mu_{\tilde{R}_\ell}(m', m') = 0$, то это означает, что либо $\mu_{\tilde{R}_\ell}(m'', m') > 0$, то есть что элемент m'' "не хуже" элемента m' , либо $\mu_{\tilde{R}_\ell}(m'', m') = 0$, то есть элементы m'' и m' несравнимы между собой. С учетом отмеченного выше каждый эксперт свое субъективное суждение о нечетком бинарном отношении нестрогого предпочтения пунктов реализации продукции, например, k -го типа, представляет функцией принадлежности в виде матрицы

$$\mu_{\tilde{R}_\ell}^{(t)} = \left\| \mu_{\tilde{R}_\ell}^{(t)}(m', m'') \right\|, \quad m', m'' \in \tilde{R}; \quad \ell = \overline{1, L}.$$

С учетом весов экспертов матрицы $\mu_{\tilde{R}_z}^{(i)}$ усредняются по соотношению

$$\mu_{\tilde{R}_z}(m', m'') = \frac{\sum_{i=1}^L K_i \mu_{\tilde{R}_z}^{(i)}(m', m'')}{\sum_{i=1}^L K_i}$$

Обработка результатов экспертизы состоит в следующем. Матрица значений функции принадлежности нечеткого бинарного отношения нестрогого предпочтения $\|\mu_{\tilde{R}_z}(m', m'')\|$ по соотношению вида

$$\mu_{\tilde{R}_z}(m', m'') = \begin{cases} \mu_{\tilde{R}_z}(m', m'') - \mu_{\tilde{R}_z}(m'', m'), & \text{если} \\ \mu_{\tilde{R}_z}(m', m'') \geq \mu_{\tilde{R}_z}(m'', m'); \\ 0, & \text{если } \mu_{\tilde{R}_z}(m', m'') < \mu_{\tilde{R}_z}(m'', m') \end{cases} \quad (2)$$

преобразуется в матрицу $\mu_{\tilde{R}_z} = \|\mu_{\tilde{R}_z}(m', m'')\|$ значений функции принадлежности нечеткого бинарного отношения строгого предпочтения.

Формирование множества предпочтительных пунктов реализации продукции, скажем, типа k , $M^{(k)} \subset M$ связано с необходимостью сужения множества M , которое возможно на определении меры недоминируемости его элементов. Элемент $m^{(q)} \in M$ называется недоминируемым по отношению строгого предпочтения, если среди остальных элементов множества M не существует ни одного такого $m \in M$, который был бы строго предпочтительнее $m^{(q)}$, а подмножество недоминируемых элементов $\{m^{(q)}\}$ составляет ядро нечеткого отношения строгого предпочтения на M , то есть:

$$M_{\tilde{R}_z} = \{m^{(q)} | \exists m \in M : m > m^{(q)}; \forall m, m^{(q)} \in M\}.$$

Ядро $M_{\tilde{R}_z}$ имеет функцию принадлежности $\mu_{M_{\tilde{R}_z}}(m)$, которая с учетом (2) определяется по следующему соотношению:

$$\mu_{M_{\tilde{R}_z}}(m) = \min_{m' \in M} [1 - \mu_{\tilde{R}_z}(m', m)], \forall m \in M. \quad (3)$$

Работоспособность предполагаемого метода формирования подмножества $M^{(k)} \subset M$ недоминируемых пунктов реализации продукции k -го типа предприятия A может быть проиллюстрирована на следующем примере.

Пусть множество пунктов реализации продукции k -го типа имеет вид:

$$M^{(k)} = \{m_1^{(k)}, m_2^{(k)}, m_3^{(k)}, m_4^{(k)}, m_5^{(k)}, m_6^{(k)}\}.$$

Усредненная матрица субъективных мнений L экспертов о значениях функции принадлежности нечеткого бинарного отношения нестрогого предпочтения, с уче-

том отмеченной выше их информированности на момент времени $t_i < t_0$, выглядит следующим образом:

$$\mu_{\tilde{R}_z}(m) = \|\mu_{\tilde{R}_z}(m', m'')\| = \begin{pmatrix} & m_1 & m_2 & m_3 & m_4 & m_5 & m_6 \\ m_1 & 1 & 0,4 & 0,3 & 0,2 & 0,6 & 0,1 \\ m_2 & 0,6 & 1 & 0,4 & 0,3 & 0,6 & 0,2 \\ m_3 & 0,7 & 0,6 & 1 & 0,4 & 0,7 & 0,3 \\ m_4 & 0,8 & 0,7 & 0,6 & 1 & 0,8 & 0,4 \\ m_5 & 0,4 & 0,4 & 0,3 & 0,2 & 1 & 0,2 \\ m_6 & 0,9 & 0,8 & 0,7 & 0,6 & 0,8 & 1 \end{pmatrix}$$

В соответствии с (2) матрица значений функции принадлежности нечеткого бинарного отношения строгого предпочтения тогда имеет вид:

$$\mu_{\tilde{R}_z}(m) = \begin{pmatrix} 0 & 0 & 0 & 0 & 0,2 & 0 \\ 0,2 & 0 & 0 & 0 & 0,2 & 0 \\ 0,4 & 0,2 & 0 & 0 & 0,4 & 0 \\ 0,6 & 0,4 & 0,2 & 0 & 0,6 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & 0 & 0 & 0 \\ 0,8 & 0,6 & 0,4 & 0,2 & 0,6 & 0 \end{pmatrix},$$

а в соответствии с (3) функция принадлежности ядра нечеткого отношения строгого предпочтения представляется вектором

$$\mu_{M_{\tilde{R}_z}}(m) = (0,2; 0,4; 0,6; 0,8; 0,4; 1,0). \quad (4)$$

Сужение множества M возможных пунктов реализации продукции предприятия A типа k возможно по значению уровня недоминируемости его элементов (пунктов реализации). Если ЛПР рекомендовано к числу более значимых пунктов реализации отнести те пункты реализации, для которых уровень недоминируемости превышает 0,5, тогда из (4) следует, что $M^{(k)} = \{m_3^{(k)}, m_4^{(k)}, m_6^{(k)}\}$ и к тому же пункт m_6 по реализации k -го типа продукции является четко недоминируемым.

В заключение отметим, что предполагаемый метод формирования подмножества недоминируемых рынков реализации продукции определенного типа позволяет в условиях нестохастической неопределенности сузить множество предполагаемых пунктов реализации, что позволит в дальнейшем оценить экономическое взаимодействие конкурирующих предприятий.

Литература: 1. Леунг Й. Разделение на торговые зоны в нечетких условиях // Нечеткие множества и теория возможностей. Последние достижения / Под ред. Рональда Р. Ягера. — М.: Радио и связь, 1986. — С. 339 — 349. 2. Надежность и эффективность в технике: Справочник в 10 т. / Под ред. В. Ф. Ушкина, Ю. В. Крючкова. — М.: Машиностроение, 1988. — Т. 3. Эффективность технических систем. — 328 с.

Стаття надійшла до редакції
14.02.2003 р.

Довідка про авторів

- Гриньова В. М. — докт. екон. наук, професор ХДЕУ
 Гриньов А. В. — канд. екон. наук, доцент ХНТАДУ
 Лисенко М. Д. — здобувач ХДЕУ
 Жеманюк А. П. — здобувач ХДЕУ
 Сасіна Л. О. — канд. екон. наук, доцент ХДЕУ
 Бубенко П. Т. — канд. екон. наук, директор Північно-Східного наукового центру НАН і МОН України
 Панасюк Н. О. — аспірант ХДЕУ
 Раєвська О. В. — канд. екон. наук, доцент ХДЕУ
 Голяд Н. Ю. — аспірант ХДЕУ
 Кузь О. М. — канд. соц. наук, доцент ХДЕУ
 Сахань О. М. — канд. соц. наук, доцент НЮАУ
 Котляров Л. Д. — канд. екон. наук, доцент ХДАК
 Малишко О. В. — асистент каф. зовнішньоекономічної діяльності підприємств ДНТУ
 Мануйлов М. Б. — канд. техн. наук, старший науковий співробітник НТУ "ХПІ"
 Шевченко О. К. — канд. техн. наук, доцент ХДЕУ
 Поспелов О. М. — здобувач ХДЕУ
 Савченко В. І. — канд. екон. наук, доцент СПУ
 Назарова Г. В. — канд. техн. наук, докторант ХДЕУ
 Проноза П. В. — канд. екон. наук, доцент ХДЕУ
 Кузнецов В. В. — аспірант ХДЕУ
 Котюда О. П. — здобувач ХДЕУ
 Кузькін Є. Ю. — канд. екон. наук, начальник головного фінансового управління Харківської обласної державної адміністрації
 Фартушняк О. В. — канд. екон. наук, викладач ХДЕУ
 Гондарева І. В. — здобувач ХДЕУ
 Жуковін О. В. — аспірант ХДЕУ
 Марченко А. В. — аспірант ХДЕУ
 Афанасьєв А. О. — канд. екон. наук, професор ХДЕУ
 Москаленко Н. О. — аспірант ХДЕУ
 Мілевський С. В. — аспірант ХДЕУ
 Тонєва К. В. — аспірант ХДЕУ
 Полтавська Є. О. — аспірант ХДЕУ
 Сумін В. О. — канд. екон. наук, доцент ДНТУ
 Пушкар О. І. — докт. екон. наук, професор ХДЕУ
 Грабовський Є. М. — аспірант ХДЕУ
 Кобзєв П. М. — канд. фіз.-мат. наук, доцент ХДЕУ
 Стрижиченко К. А. — канд. екон. наук, викладач ХДЕУ
 Ніколаєва І. С. — інженер ХВУ