

УДК 622.232:65.011

ИННОВАЦИОННЫЙ ПРОЕКТ СТРОИТЕЛЬСТВА ШАХТЫ

АНТИПОВ И. В.,

д. т. н., проф., Лауреат Государственной премии Украины в области науки и техники, зав. отделом Республиканского академического научно-исследовательского и проектно-конструкторского института горной геологии, геомеханики, геофизики и маркшейдерского дела (РАНИМИ)

Представлено інноваційний проект розробки вугільного родовища в межах технічних границь шахти «Краснолучська-Північна № 1». В проекті виконані якісний і кількісний аналіз, ідентифікація ризиків і розроблені заходи щодо зниження ризиків.

Ключові слова: проект; інвестиції; шахта; ризики; експертні оцінки; Net Present Value (NPV); Internal Rate of Return (IRR); Break Even Point (BEP); інноваційні технології; унікальність.

Представлен инновационный проект разработки угольного месторождения в пределах технических границ шахты «Краснолучская-Северная № 1». В проекте выполнены качественный и количественный анализ, идентификация рисков и разработаны мероприятия по снижению рисков.

Ключевые слова: проект; инвестиции; шахта; риски; экспертные оценки; Net Present Value (NPV); Internal Rate of Return (IRR); Break Even Point (BEP); инновационные технологии; уникальность.

The innovative project of coal deposit working out within technical borders of «Krasnoluchsky-northern № 1» mine is presented. In the project qualitative and quantitative analysis, identification of risks are executed and actions for decrease in risks are developed.

Keywords: project; investment; mine; risks; expert judgments; Net Present Value (NPV); Internal Rate of Return (IRR); Break Even Point (BEP); innovative technologies; uniqueness.

Постановка проблеми. В стратегії енергетическої безпеки Луганської Народної Республіки (ЛНР) уголь займає преобладаючі позиції серед інших видів палива, в зв'язі з підвищенням світових цін на нафту і газ. Добыча вугля в ЛНР на шахтах всіх форм власності в має 2015 року склала 267,6 тис. тонн. Згідно прогнозу Міжнародного енергетического агентства (МЕА), до 2030 року збільшення добычи вугля в світі прогнозується на рівні 1,42 % щорічно [1].

Изложение основного материала исследования. До распаду Союзного государства в 1991 г. добыча вугля в Україні становила 230 млн т. По масштабу добычи каменного вугля країна займала друге місце в Європі після Польщі. Всього в Україні нараховувалося 295 діючих каменноугольних шахт, в тому числі на Донбасі – 275 шахт, а в Луганській області – 97 шахт. В угольній промисловості працювало близько 5 млн шахтарів і членів їх сімей. Але в 1992 г. угольна промисловість України отримала суттєвий удар. Український уголь став невостребованим через високу ціну. При собівартості українського вугля в межах 80-90 USD за тону економічно вигідним став імпорту вугля з будь-якої країни світу. Наприклад, поставки з ЮАР були на 20-30 % дешевше, навіть з урахуванням витрат на транспортування, не кажучи про російський вугілля, яке добивається з відкритих розробок.

Поэтому на Украине произошло обвальное падение добычи вугля – с 230 до 60 млн тонн в год. В 2002-2013 годах объём добычи вугля стабилизировался, его уровень составил в целом по Украине около 70-80 млн тонн в год, в том числе по государственным шахтам – около 50 млн тонн. В 2014 году Украина из-за военных действий на Донбасі сократила добычу вугля по

сравнению с 2013 годом на 29,3 % – до 44,7 млн тонн. В январе-мае 2015 года угледобывающие предприятия Украины сократили добычу угля по сравнению с январем-маем 2014 года в 2,1 раза – с 34,4 млн тонн до 16 млн тонн. Из общего объёма государственные шахты за пять месяцев 2015 года добыли 2,85 млн тонн угля, что в 3,7 раза меньше добычи в январе-мае 2014 года. В мае 2015 года добыча угля на Украине составила 3,22 млн тонн, что вдвое меньше, чем в мае прошлого года. При этом 532,6 тыс. тонн топлива приходится на государственные предприятия, которые сократили добычу угля в 3,6 раза по сравнению с маем 2014 года.

Сейчас в ЛНР работают 38 шахт: пять – в Свердловске, пять – в Ровеньках, пять – в Красном Луче, пять – в Краснодоне, шесть – в Первомайске, четыре – в Лисичанске и восемь шахт – в Луганске. Поэтому угольная промышленность Луганской Народной Республики остро нуждается в расширении шахтного фонда для увеличения объёмов добываемого угля.

Исходные данные для разработки, жизненный цикл, продукт и уникальность проекта. Реализация инновационного проекта разработки угольного месторождения в пределах технических границ шахты «Краснолучская-Северная № 1» возможна за счёт Государственного бюджета Луганской Народной Республики и частных инвесторов. Расчётный объём капитальных расходов на создание четырёх участков по добыче угля составляет более 2 млрд УАН (украинские гривны). Запасы разведанных участков составляют 197,2 млн т и имеют благоприятные горно-геологические условия. Потенциал этих месторождений позволяет выйти на объёмы добычи 1611,25 тыс. тонн готовой угольной продукции в год. Для введения их в эксплуатацию потребуется 4-5 лет на каждый участок. Для расчёта показателей инновационного проекта за основу взят «Технико-экономический расчёт целесообразности отработки угольного месторождения в пределах технических границ участка шахты «Краснолучская-Северная № 1», выполненный институтом «Луганскгипрошахт». Проект разработан в соответствии с действующими нормативными актами и стандартами. Проектные решения обеспечивают безопасную эксплуатацию предприятия, его отдельных зданий, сооружений и отвечают требованиям взрывобезопасности.

Продукт инвестиционного проекта – обоснованный вариант денежных инвестиций в строительство и эффективную эксплуатацию шахты, которая включает четыре участка в Антрацитовском и Перевальском районах Луганской Народной Республики. Жизненный цикл проекта рассчитан на 47 лет (срок строительства и эксплуатации шахты): начало – январь 2016 г.; завершение – декабрь 2063 г. Уникальность проекта состоит в использовании инновационных технологий в области строительства (модульные сооружения), производства угольной продукции (высокопроизводительные механизированные комплексы нового поколения [2]) и управления (научно обоснованный проектный менеджмент [3]). Проект предусматривает строительство и введение в эксплуатацию отдельных участков модулями, что позволит оптимизировать расходы на проект и увеличить его прибыльность.

Проектные альтернативы. Для рассмотрения приняты три альтернативных варианта инвестиций, а именно:

1. Строительство и эксплуатация четырёх отдельных шахт с разными инвесторами.
2. Одновременное строительство четырёх участков одной шахты с одним инвестором.
3. Поэтапное строительство четырёх участков одной шахты с одним инвестором.

Первый вариант – строительство и эксплуатация четырёх отдельных шахт с разными инвесторами. Срок строительства шахты № 1 – 47 месяцев, шахты № 2 – 60 месяцев; шахты №3 – 65 месяцев; шахты № 4 – 8 месяцев. Срок эксплуатации шахты № 1 – 43 года; шахт № 2 и №3 – по 19 лет; шахты № 4 – 26 лет.

Второй вариант – одновременное строительство четырёх участков одной шахты с одним инвестором. Срок строительства участка № 1 – 47 месяцев, участка № 2 – 60 месяцев; участка № 3 – 65 месяцев; участка № 4 – 48 месяцев. Срок эксплуатации участка № 1 – 43 года; участков № 2 и № 3 – по 19 лет; участка № 4 – 6 лет. Для обеспечения реализации продукции в плановых объёмах общая потребность в основных производственных фондах составляет 2 165,64 тыс. УАН.

Третий вариант – поэтапное строительство четырёх участков одной шахты с одним инвестором. Данный вариант является оптимальным по техническим, экологическим и экономическим показателям [4-6].

На первом этапе планируется начать ведение работ по строительству участка № 1 с января 2016 года, срок строительства составляет 47 месяцев. После ввода в эксплуатацию предполагается достичь годового проектного уровня выпуска готовой угольной продукции в объёме 416,25 тыс. тонн. На втором этапе, с 2017 года, начинается строительство участка №4. После ввода его в эксплуатацию, через 48 месяцев, годовой выпуск готовой угольной продукции составит 378,5 тыс. тонн. На третьем этапе предполагается строительство участка №2, который через 60 месяцев достигнет годового проектного выпуска угольной продукции 380,2 тыс. тонн. Заключительный 4 этап – строительство участка № 3. Срок ввода в эксплуатацию составляет 65 месяцев с годовым выпуском готовой угольной продукции – 436,3 тыс. тонн.

Объём инвестиций на первом этапе составляет 920 853,05 тыс. UAH, в дальнейшем инвестирование проекта предполагается за счёт собственных оборотных средств. Освоение инвестиций предполагается поэтапно с 2016 года, а реализацию продукции планируется начать только в 2020 году. Отбор рабочих будет проводиться согласно потребностям для успешной реализации проекта в намеченный срок.

Бюджетная эффективность третьего варианта реализации инвестиционного проекта будет составлять 5 946 667,13 UAH (табл. 1).

Таблица 1

Сборы и отчисления, которые будут получены бюджетом и государственными целевыми фондами вследствие реализации проекта

<i>Показатели</i>	<i>UAH</i>
Всего:	5 946 667,14
в том числе:	
- НДС	2 611 015,54
- налог на прибыль	2 286 335,45
отчисление в Фонды:	
- пенсионный	486 039,95
- соцстрахование	21 959,64
- страхование на случай безработицы	19 031,68
- страхование от несчастных случаев на производстве	199 100,70
налоги с физических лиц:	
- налог с доходов физических лиц	211 910,49
- пенсионный	29 279,52
- соцстрахование	14 639,76
- страхование на случай безработицы	7 319,88
- другие платежи и сборы	60 034,53

Все фазы проекта объединены общими стратегическими целями и задачами, ограничены собственными функциональными и организационными рамками, которые являются составными частями общего проекта и внедряемые последовательно [7]. Календарное планирование работ по проекту выполнено с помощью диаграммы GANTT (график Ганта) в программном продукте Microsoft Office Project.

Расчёт критериев эффективности проекта

В инвестиционном проекте приведены расчёты критерия NPV (Net Present Value – чистые дисконтированные выгоды) для трёх альтернативных вариантов реализации проекта [8]. Первый и второй варианты реализации проекта предусматривают одновременное строительство всех участков шахты, начиная с первого периода. Для этих вариантов NPV отрицательный и составляет – 87 853,78 тыс. UAH., то есть эти варианты являются убыточными и не могут рассматриваться в качестве потенциально возможных для реализации. В инвестиционном проекте приведены расчёты критерия NPV для третьего варианта реализации проекта, когда участки шахты строятся последовательно: начало строительства участка № 1 в первом периоде (2016 г.); участок № 2 – восемнадцатый период (2027 г.); участок № 3 – двадцать третий период (2032 г.); участок № 4 – четвёртый период (2018 г.). Для третьего варианта NPV положителен и составляет 111 827,87 тыс. UAH, т. е. этот вариант является

прибыльным и может рекомендоваться для реализации.

Важным критерием является IRR (Internal Rate of Return, внутренняя норма рентабельности), который соответствует ставке дисконта, при которой суммарные дисконтированные выгоды равны суммарным дисконтированным расходам, т. е. IRR является ставкой дисконта, при которой NPV проекта равняется нулю [8]. Если значение IRR проекта больше, чем существующая учётная ставка банка, и больше, чем IRR альтернативных проектов, то проект может быть рекомендован к финансированию.

Учётная ставка банка НБУ с 6 февраля 2015 г. – 19,5 %. Именно этот показатель был принят для расчётов IRR альтернативных вариантов инвестиционного проекта строительства шахты «Краснолучская-Северная № 1». Расчёты показали, что для третьего варианта IRR=19,64%. Таким образом, первый и второй варианты не могут быть приняты для рассмотрения как заведомо убыточные, ущерб будет составлять 87 853,78 тыс. UAH. Для реализации может быть принят только третий вариант. В этом случае при учётной ставке 19,5% чистые дисконтированные выгоды составят 111 827,87 тыс. UAH (табл. 2).

Таблица 2

Сравнительная эффективность альтернативных вариантов проекта

Показатели	1 вариант				2 вариант	3 вариант
	1 участок	2 участок	3 участок	4 участок		
Сумма привлечённых инвестиций, млн UAH	521,37	576,24	549,62	518,42	2165,65	920,85
Срок службы шахты, лет	43	19	19	26	43	43
Объём реализации угля с НДС, млн UAH	8311,68	3380,74	3709,42	4428,45	19830,29	19830,29
Дисконтированные выгоды (NPV), млн UAH	95,56	-84,92	-103,00	4,51	-87,85	111,83
Внутренняя норма рентабельности (IRR), %						19,64

В расчётах критериев эффективности вариантов проекта разработки угольного месторождения шахтой «Краснолучская-Северная № 1» были сделанные следующие допущения. Потоки денежных средств приведены к концу расчётного периода. На самом деле они могут появляться в любой момент на протяжении года, который рассматривается. Поэтому в приведённых расчётах все денежные потоки условно приведены до конца соответствующего года. Денежные потоки, которые генерируются инвестициями, немедленно инвестируются в проект с целью обеспечения дополнительного дохода на эти инвестиции. Сделанные допущения не полностью отвечают реальному положению дел, однако, учитывая значительную продолжительность проекта, это не приводит к серьёзным ошибкам в оценке эффективности.

В проекте выполнены качественный и количественный анализ, идентификация рисков и разработаны мероприятия по снижению рисков [9].

Качественная оценка рисков

Виды рисков проекта делятся на следующие группы:

1) геологический риск – риск неправильной оценки запасов, аварийность из-за выбросов метана и т. п.;

2) риск участников проекта – сознательное или вынужденное невыполнение своих обязательств, которое может вызвать эффект «снежной лавины» или «цепной реакции», обусловленный недобросовестностью участников, непрофессионализмом, неустойчивым финансовым положением, изменением руководства и др. Основная ответственность за этот вид риска лежит на руководителе проекта, который должен обеспечить тщательный отбор участников, предусмотреть в договорах ответственность (штрафы, пеня), оговорить право оперативной замены участника, требовать поручительства;

3) риск существенного превышения сметной стоимости проекта (особенно строительно-монтажных работ) – ошибки при проектировании, непрофессионализм подрядчика, изменение условий реализации проекта, высокая себестоимость работ, которая с каждым годом реализации проекта будет возрастать, рост транспортных расходов и расходов на электроэнергию;

4) риск несвоевременного завершения проекта – риск существенной задержки начала реализации проекта (задержки получения лицензии, несвоевременного отвода участка), несвоевременное завершение строительно-монтажных работ;

5) риск низкого качества работ и объекта – неправильная оценка запасов месторождения, дополнительные инвестиционные расходы в связи с исправлением дефектов, заменой узлов и единиц оборудования;

6) конструкционный и технологический риски – риск невыхода на запланированные объёмы добычи угля в связи с несовершенством технологии, использованием устаревшего оборудования, падением спроса, ростом конкуренции и т. п.;

7) производственный риск – риск возникновения сбоев, нарушение ритмичности, остановка производства, отсталость проекта от уровня технологий добычи угля и т. п.;

8) управленческий риск – ошибки в менеджменте, недостаточный уровень квалификации руководителей, неправильная политика в области амортизационных отчислений, а также безответственность, небрежность, несоблюдение техники безопасности, отсутствие производственной дисциплины;

9) сбытовой риск – риск снижения объёмов реализации и цен на угольный продукт, изменение конъюнктуры рынка, превышение уровня себестоимости над ценой;

10) финансовый риск – недополучение прибыли, несвоевременные расчёты со стороны потребителей, недостаточность финансовых ресурсов для продолжения работ по проекту, недостаточная финансовая устойчивость проекта;

11) политический и экономический риски – невыход на запланированные показатели внешнеэкономической деятельности в связи с жёсткостью экспортной политики государства (введением лицензирования, квотирование, новые процедуры таможенного контроля, валютного регулирования); снижение запланированного уровня эффективности и увеличение периода окупаемости проекта в связи с государственным регулированием уровня цен, жёсткостью налогового регулирования и т. п.;

12) административный риск – связан с получением различных лицензий, разрешений и согласований, затягивание сроков их получения;

13) юридический риск – нечёткое законодательство, невысокое качество договоров и других юридических документов, частое изменение законодательных норм;

14) форс-мажор – кроме стихийных бедствий, к ним относится риск забастовок.

Задача количественного анализа заключается в численном измерении влияния изменений рискованных факторов на эффективность проекта.

Количественная оценка рисков

Количественная оценка рисков проекта выполнена с помощью метода экспертных оценок. Экспертный метод оценки предусматривает проведение измерений некоторых характеристик и обработку мнений опытных специалистов для подготовки принятия решения. Проведение экспертной оценки рисков проекта осуществлялось поэтапно, следующим образом:

- подбор экспертов, поскольку от правильности их оценок зависит решение о выборе проекта (30 специалистов);

- определение перечня возможных рисков (35 позиций), сгруппированных по стадиям жизненного цикла проекта;

- оценка веса (возможности наступления рисков проекта), которая основывается на системе оценок вербально числовой 10-балльной шкалы;

- ранжирование возможных рисков с использованием шкалы от 0 до 1 (оценка проводилась с учётом того, насколько значимость возможных рисков, по которым будет проводиться оценка, влияет на достижение целей проекта);

- анализ оценок экспертов на их разногласие, несогласование, неточность;

- расчёт суммарного взвешенного бала по каждому фактору риска («Вес» умножается на «Рейтинг») и итоговые результаты.

Максимальная оценка риска проекта может составлять 350 баллов. В зависимости от полученной величины весь диапазон уровня влияния рискованных факторов на эффективность проекта делится на три оценочных интервала, которые имеют свои характеристики (табл. 3).

Таблица 3

Диапазон уровня влияния рисков факторов на эффективность проекта

Уровень влияния рискованных факторов на эффективность проекта	Характеристика
0 – 114	Малорискованный проект
115 – 228	Среднерискованный проект
229 – 350	Высокорискованный проект

Все риски инвестиционного проекта разработки угольного месторождения шахтой «Краснолучская-Северная № 1» были распределены по четырём стадиям жизненного цикла проекта.

Управление проектными рисками

Экспертная оценка проекта составила 132 балла. Таким образом, проект является среднерискованным, поэтому реализация проекта будет проводиться с учётом следующих методов управления рисками:

1. Методы отклонения от риска – отказ от работы с ненадёжными партнёрами. При этом рекомендуется получить гарантии государства: 1) коммерческую – гарантии платежей по закупкам; 2) имущественную – передача прав на землю в концессию на 50 лет.

2. Методы локализации риска – физическая отдалённость высокорискованных участков, метод лимитирования – ограничение инвестиционных и товарных потоков, направленных во внешнюю (относительно предприятия) среду.

3. Методы диссипации риска – распределение общего риска между всеми участниками проекта, заинтересованными в успехе общего дела путём участия в финансово-промышленной группе.

4. Методы компенсации риска – методы стратегического планирования и прогнозирование деятельности, мониторинг социально-экономической и нормативно-правовой среды, создание системы резервов (страховые запасы сырья, материалов, резервные фонды средств).

В соответствии со сферами или факторами, которые влияют на проект, разработаны инструменты управления рисками (табл. 4).

Таблица 4

Инструменты управления проектными рисками

Инструменты	Факторы риска и соответствующие мероприятия	Ответственные
Коммерческие	государственные, фьючерсные контракты, страхование транспортных и имущественных рисков	Главный экономист, главный бухгалтер
Технические	создание системы контроля качества, технологического режима для реализации решения задач автоматизированного управления технологическими процессами и оперативного диспетчерского управления и контроля предполагается применение комплектов аппаратуры, предназначенных для непрерывного измерения параметров состояния объектов на шахте	Начальники всех подразделений
Кадровые	обучение и повышение квалификации персонала, аттестация персонала, социальные выплаты и гарантии, повышение статуса шахтёра	Заместитель директора по кадрам и быту
Финансовые	в случае недостатка оборотных средств – возможность открытия кредитной линии, создание резервных фондов, заключение фьючерсных контрактов оптимизация налогообложения разработка механизма индексации амортизационных отчислений с пересмотром (переоценкой) стоимости основных производственных фондов в конце каждого года	Бухгалтерия и главный экономист

Продолжение табл. 4

Экологические	рекультивация нарушенных земель;	Главный инженер, начальники соответствующих служб
	уменьшение объемов нарушенных земель и выбросов в атмосферу при строительстве одной промышленной площадки (формирование породного отвала и т. п.)	
Социальные	своевременные выплаты зарплаты, регресса	Заместитель по социальным вопросам, охране труда, государство как один из участников проекта
	медицинское страхование и лечение профессиональных заболеваний	
	трудоустройство и социальная адаптация уволенных работников после завершения проекта	
	мониторинг изменения законодательства	
	мониторинг решений правительства относительно проведения национализации и экспроприации объектов	

Оценкой безубыточности проекта установлено, при каких объемах производства и реализации продукции проект рентабельный и будет обеспечивать получение прибыли. Анализ безубыточности проекта позволил выявить зависимость размера прибыли от влияющих факторов: объема добычи и сбыта угля; изменения цены реализации угля; расходов на строительство шахты и отдельных участков, оборудование и др.

Выводы. Основные результаты реализации инновационного проекта разработки месторождения угля шахтой «Краснолучская-Северная № 1»:

1) Экономическая эффективность:

- объем инвестиций 2 165 645,95 тыс. UAH;

- чистые дисконтированные выгоды NPV=111 827,87 тыс. UAH;

- внутренняя норма рентабельности IRR=19,64 %;

- точка безубыточности (Break Even Point – BEP), рассчитанная для каждого периода жизненного цикла проекта, максимально составляет 400 000 т/год.

2) Общественная эффективность:

- создание новых рабочих мест – 3037 человек;

- увеличение доходов на душу населения в регионе;

- снижение социального напряжения в регионе.

3) Бюджетная эффективность:

- отчисления и налоги за весь жизненный цикл проекта – 5 946 667,13 UAH;

- отчисление НДС (налог на добавленную стоимость) – 2 611 015,54 UAH;

- отчисление в Пенсионный фонд, другие социальные выплаты – 726 131,97 UAH;

- постоянный рост фонда оплаты труда на протяжении всего жизненного цикла проекта – на 18 % ежегодно.

Инновационность проекта заключается в использовании объектов научной интеллектуальной собственности для управления инновационными проектами в области разработки месторождений полезных ископаемых [10]. Автор статьи выражает благодарность проектной команде: докторам наук Е.В. Пономаренко и С.С. Гребенкину, кандидатам наук Е.Л. Морозову и Т.К. Гречко.

Список использованных источников

1. Антипов И. В., Соколова О. В., Соловей В. В. Некоторые аспекты государственной политики управления инвестициями в угольной промышленности / Вестник Донецкого национального университета: Экономика и право, вып. 1, 2007. – С. 293-297.

2. Антипов И. В. Физико-техническое обоснование параметров высокопроизводительных угледобывающих комплексов нового поколения / Физико-технические проблемы горного производства. Физика и механика горных процессов на больших глубинах. – Донецк: Ин-т физики горных процессов НАН Украины, 2008. – С. 69-80.

3. Антипов И. В. Технологический аудит проектов, правовая охрана и коммерциализация объектов интеллектуальной собственности / Сб. науч. трудов ДонГУУ:

«Проблемы повышения эффективности управления инновационными проектами и объектами интеллектуальной собственности»: серия «Государственное управление». – Т. IX, вып. 98. – Донецк: ДонГУУ, 2008. – С. 5-10.

4. Антипов И. В., Другов Г. В., Соловей В. В. Проектно-ориентированное управление государственной экологической политикой / Управление проектами: состояние и перспективы. – Киев: НУК, 2007. – С. 9-14.

5. Антипов И. В. Экономические пути решения проблемы развития государственного сектора угледобычи в Украине / Сб. науч. трудов ДонГУУ: «Теория и практика управления экономикой в период социально-экономических трансформаций»: серия «Экономика». – Т. VIII, вып. 89. – Донецк: ДонГУУ, 2007. – С. 5-10.

6. Антипов И. В. Проектно-ориентированное управление экологическим развитием регионов / Тезисы докладов V международной конференции «Управление проектами в развитии общества». – Киев: КНУБА, 2008. – С. 16-18.

7. Антипов И. В. Обоснование выбора объектов внедрения экологических проектов [Текст] / Проектно-ориентированная деятельность социально-экономических систем: современный взгляд: сб. науч. трудов / ДонГУУ. – Донецк, 2009. – Т. X. – С. 82-89.

8. Управління проектами: підручник / О. В. Пономаренко, В. Г. Гамаюнов, Т. К. Гречко, Т. М. Гладченко та ін.; за заг. ред. О. В. Пономаренко. – Донецьк: Донбас-ДонДУУ, 2010. – 912 с.

9. Антипов И. В. Новые подходы к формализации рисков в проектном анализе / Инновационная модель развития промышленного региона: проекты, управление, результаты. – Донецк: ДонГУУ, 2007. – С. 287-292.

10. Антипов И. В. Управление инновационными проектами с использованием объектов интеллектуальной собственности / Управление инновационными проектами и объектами интеллектуальной собственности: сб. науч. трудов / ДонГУУ. – Донецк, 2009. – Т. X. – С. 5-12.

УДК 657.62

ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА КОРПОРАТИВНОЙ МАРКИ НА РЫНКЕ АКВАУСЛУГ

БАРЫШНИКОВА Л. П.,
д. э. н., доцент Донецкого
государственного университета
управления

Рассмотрены принципы формирования корпоративной марки с позиции устойчивого функционирования. Имидж бренда предприятия сферы услуг должен и может выступать гарантом качества для потребителя. Предложена модель оценки качества аквауслуг.

Ключевые слова: аквапарк; аквасфера; аквауслуга; индустрия развлечений; конкурентоспособность; развлекательный комплекс.

Розглянуто принципи формування корпоративної марки з позиції сталого функціонування. Імідж бренду підприємства сфери послуг повинен і може виступати гарантом якості для споживача. Запропоновано модель оцінки якості аквапослуг.

Ключові слова: аквапарк; аквасфера; аквапослуга; індустрія розваг; конкурентоспроможність; розважальний комплекс.

The principles of corporate brand from the perspective of sustainability. Brand image service businesses can and must act as a guarantor of quality for the consumer. A model for quality assessment akvauslug.

Keywords: water park; akvasfera; akvausluga; entertainment; competitiveness and entertainment complex.

Постановка проблеми. На мировом рынке предлагается более 600 видов услуг. Маркетинг услуг специфичен настолько, насколько услуги отличаются от материально-вещественных продуктов, а рынок товаров – от рынка услуг.

Развлечения – одна из важнейших сфер повседневной жизни человека. Это подтверждает все возрастающий интерес наших соотечественников к ней, даже в нынешних непростых условиях. Человек, спасаясь от психологической депрессии, часть своего свободного времени посвящает развлечениям.

Рынок аквапарков в Украине находится на начальной стадии своего развития. Аквапарки у нас, безусловно, создаются по тем «клише», которые сформировались за рубежом, но в то же время создателям нужно учитывать особенности, обусловленные местной спецификой, – климатом, инвестиционной привлекательностью, месторасположением, менталитетом населения.

Для того чтобы быть конкурентоспособной, сервисная компания должна предоставлять услуги, которые являются ценностью для потребителя. Понятие ценности для потребителя есть основанием и залогом успеха фирмы в долгосрочной перспективе. Удовлетворённый потребитель – это лояльный потребитель, который готов к повторным закупкам, контактируя со своими знакомыми, увеличивает эффективность коммуникаций с потенциальными клиентами. Формирование имиджа, позиционирование концепции аквапарка в наиболее привлекательных сегментах, использование современных инструментов продвижения аквауслуг при неизменном повышении их качества – вот главные задачи индустрии водных развлечений.

Анализ последних исследований и публикаций. Строительство первых аквапарков началось всего 30 лет назад. Это были первые парки на берегу водоёмов с множеством водных горок и бассейнов. Предприимчивые люди нащупали «золотую жилу» и индустрия водных развлечений начала стремительно развиваться. Стоимость строительства среднего аквапарка окупается примерно за 2 года, что считается высокой рентабельностью во всём мире.

В советский период нашей истории сфера развлечений была представлена работой культурно-просветительских учреждений. Были изданы научные работы Родичкина И. Д. «Человек, среда, отдых» [2], Жигачева Г. А. «Руководство по проектированию учреждений водного туризма» [3], Вергунова А. П. «Архитектурно-ландшафтная организация крупного города» [1] и пр. С началом третьего тысячелетия ситуация изменилась, особенно в сегменте строительства аквапарков, а следовательно, появились интересные публикации: Орловой Е. П. «Разработка бизнес-модели управления предприятием сферы развлечения», Спиваковской Т. В. и Сорокиной К. В. «Индустрия водных развлечений: «Аквапарк юрского периода Dream Island» [4], Крижановской Н. Я. и Усачёвой Е. Ю. «Инновационные тенденции в проектировании и строительстве аквапарков в Украине» [5] и многие другие.

Цель статьи – рассмотреть принципы формирования корпоративной марки с использованием существующих инструментов оценки и управления деятельностью предприятия, а также предложить модель оценки качества аквауслуг.

Изложение основного материала. Процессы создания и предоставления услуг, а также специфика самих услуг и их реализация в сервисной сфере определяют особенности маркетинга и менеджмента в этой области. Основные отличия между товарами и услугами состоят в неощутимости услуг, неотделимости их от производителя, несохранении и в непостоянстве качества. Именно эти характеристики являются основой проблем, которые возникают при предоставлении услуг и на решение которых нацелены маркетинговые мероприятия. Классификация услуг также вытекает из этих основных характеристик.

Можно утверждать, что в настоящее время сформировались основные сегменты индустрии развлечений, где видное место заняли услуги аквапарков. Это показатель роста покупательной способности потребителя, прежде всего, и развития новых предпринимательских идей. Какие бы эксклюзивные услуги не предлагались, процесс их предоставления состоит из четырёх элементов: потребителя; обслуживающего персонала; системы доставки; физического окружения или материальных обстоятельств, а также других

потребителей, которые влияют на результат предоставления услуг. Именно от этих элементов зависит ценность услуги для потребителя и конкурентоспособность предприятия данной сферы.

Рыночное положение фирмы определяется её конкурентным потенциалом и рациональностью выбранной стратегии управления. Под конкурентным потенциалом организации развлечений понимается совокупность имеющихся ресурсов, рациональных способов их использования для достижения высоких финансовых результатов. На конкурентный потенциал влияет большое количество факторов, начиная от стоимости услуги и заканчивая ментальностью потребителя. Но именно качество услуги, на наш взгляд, является определяющим при оценке положения фирмы.

Комплексное управление качеством опирается на ряд принципов:

- качество – это ощущение потребителя. Качество должно начинаться с потребности потребителя и завершаться его ощущениями;

- высокое качество должно быть присуще не только услуге компании, но и всей её деятельности;

- обеспечение высокого качества требует полной преданности персонала. Высокое качество может быть достигнуто только в той компании, где все сотрудники отданы идее качества, где есть соответствующие системы обучения и стимулирования;

- для обеспечения высокого качества нужны «высококачественные» партнеры. Поставщики и дистрибьюторы должны также обеспечивать высокое качество;

- если услуга не качественная, ее не спасут мероприятия по качеству. Ориентация на качество не может компенсировать недостатки сервисного процесса;

- качество всегда можно повысить. Этот принцип основан на японской идее *кайзен* – непрерывное совершенствование всего и всеми. Необходимо сравнивать свои услуги с услугами конкурентов, которые являются лучшими в своей сфере, всегда стремиться достичь их уровня и преувеличить;

- повышение качества требует значительных усилий. Иногда для достижения даже незначительного повышения уровня качества необходимо долго и настойчиво над этим работать;

- обеспечение высокого качества услуг – это постоянный процесс, а не временная акция.

Между ожиданиями клиентов и тем, что они, по их мнению, получили, могут возникнуть расхождения. Эти исследования положены в представленную модель качества услуг (рис. 1).

Комментарий:

- расхождение 1 состоит в недостаточности знаний относительно ожиданий потребителей;

- расхождение 2 – несоответствующие стандарты качества услуг, которые случаются, когда менеджеры избирают стандарты обслуживания без учета пожеланий потребителей;

- расхождение 3 возникает, когда предоставленные услуги не отвечают производственным спецификациям по причине невозможности или неспособности персонала выполнять услуги на соответствующем уровне;

- расхождение 4 – это несоответствие обещанного и фактического уровня качества обслуживания. Причина обусловлена двумя факторами: склонность к чрезмерным обещаниям и отсутствие взаимодействия между процессом выполнения и маркетингом;

- расхождение 5 является результатом четырёх предыдущих и заключается в том, что воспринимаемое потребителями качество не отвечает их ожиданиям. На восприятие потребителей влияет много факторов: вербальное общение, личные нужды, прошлый опыт, обслуживающая организация. Эти расхождения могут иметь два проявления. Первое, когда клиент считает, что получил менее, чем ожидал, он разочарован. Второе, когда услуга превосходит ожидание, такое состояние его не только удовлетворяет потребителя, но и приводит его в восторг.

Для повышения качества обслуживания компания должна выявить конкретные причины каждого типа расхождений и разработать мероприятия по их устранению.

Выводы. Оценка потребительской удовлетворенности характеризует состояние внешней среды, а оценка удовлетворенности персонала фирмы подтверждает эффективность функционирования внутренней системы организации.

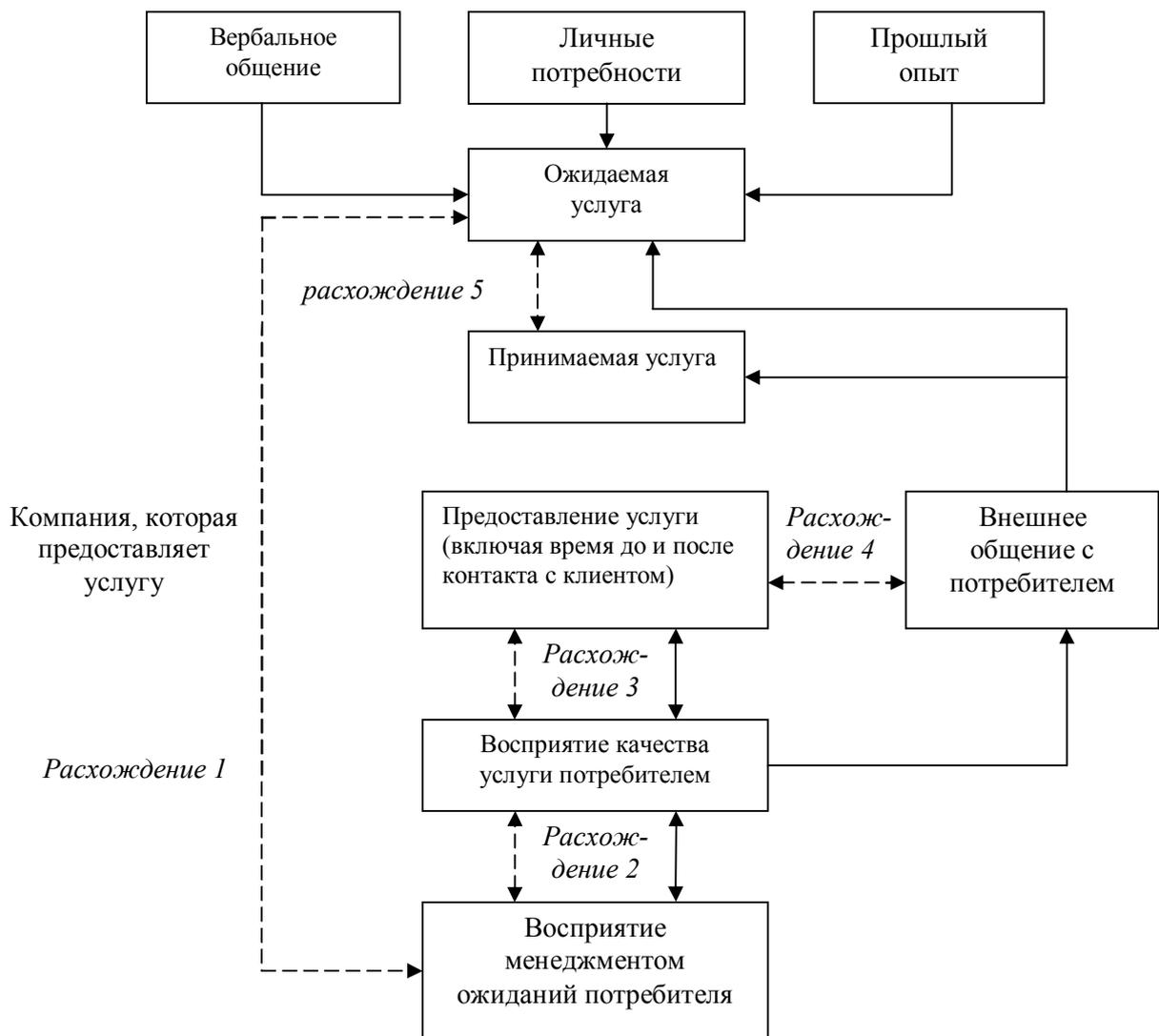


Рис. 1. Модель оценки качества услуг

С помощью подобных исследований можно применить определённые инструменты, в том числе и Интернет-маркетинга, для увеличения количества посетителей аквапарка. А в общем, формирование позитивного имиджа донецкого аквапарка способствует продвижению услуг и конкурентоспособности предприятия.

Список использованных источников

1. Вергунов А. П. Архитектурно-ландшафтная организация крупного города. – М.: Стройиздат, 1986. – 134 с.
2. Родичкин И. Д. Человек, среда, отдых. – К.: Будівельник, 1977. – 160 с.
3. Руководство по проектированию учреждений водного туризма / Под ред. Г. А. Жигачева. – М.: Стройиздат, 1979. – 99 с.
4. Спиваковская Т. В., Сорокина К. В. Индустрия водных развлечений: «Аквапарк юрского периода Dream Island» / Материалы всеукраинской конференции «B2B МАРКЕТИНГ», 16-17 апреля 2015 г.
5. Усачева Е. Ю. Аквапарки как перспективные рекреационные комплексы для детей и молодежи в городской среде // Коммунальное хозяйство городов.: науч.-техн. сб., вып. 63. – К.: Техника, 2005. – С. 26-30.

УДК 330.33.012

МЕТОДОЛОГИЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ И БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ В БАЗОВЫХ ОТРАСЛЯХ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

ВОЗИЯНОВА Н. Ю.,**д. э. н., доц., помощник ректора
Донецкого национального
университета экономики и торговли
им. М. Туган-Барановского**

В статі розкрито сутність бізнес-процесів і бізнес-планування; доведено, що важливим аспектом розвитку виробничих підприємств є обґрунтування методології, яка дозволяє керувати розвитком бізнес-процесів для оптимізації транзакційних витрат і забезпечення отримання бажаного результату діяльності – продукції підприємств і фінансового результату – прибутку.

Ключові слова: *бізнес-процес; бізнес-планування; промислова організація; методологія; оптимізація транзакційних витрат.*

В статье раскрыта сущность бизнес-процессов и бизнес-планирования; доказано, что важным аспектом развития производственных предприятий является обоснование методологии, позволяющей управлять развитием бизнес-процессов для оптимизации транзакционных издержек и обеспечения получения желаемого результата деятельности – продукции предприятия и финансового результата – прибыли.

Ключевые слова: *бизнес-процесс; бизнес-планирование; промышленная организация; методология; оптимизация транзакционных издержек.*

The article reveals the essence of business processes and business planning; It proved that an important aspect of the development of manufacturing enterprises is to validate a methodology to manage the development of business processes in order to optimize transaction costs and to ensure the desired result of activity – production of the enterprise and the financial result – profit.

Keywords: *business process; business planning; Industrial Organization; methodology; optimization of transaction costs.*

Постановка проблеми. В ходе реформирования экономики продолжается работа по созданию механизма рыночного взаимодействия органов исполнительной власти всех уровней и субъектов производственной и торговой деятельности, что непосредственно связано с осуществлением бизнес-процессов и необходимостью взаимодействия субъектов хозяйствования. Переход от всеобъемлющей государственной монополии в области промышленности к рыночным принципам её организации составляет сегодня один из важнейших институциональных сдвигов в современной реформирующейся экономике страны, о чём свидетельствует и широкий диапазон научных публикаций.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросам регулирования посвящены работы Е. В. Капитоновой [8], И. А. Яровой [9], Ж. Смирновой, Н. Моисеевой [11], вопросам институциональной теории М. Никитин, А. Юрко [10], Д. Норт [3], К. Беси, О. Фавро [4,5], Н. Дроздова [12], Е. Попов, А. Сергеев [13], психологии и экономики, зрелости социальных институтов С. Делавинья [14], П. Ореховского [15], однако пока недостаточно внимания посвящено вопросам развития бизнес-процессов современных производственных предприятий в базовых отраслях, учитывающих эффективность взаимодействия участников рынка.

Изложение основного материала. Важным аспектом развития производственных предприятий является обоснование методологии, позволяющей управлять развитием бизнес-процессов для оптимизации транзакционных издержек и обеспечения получения желаемого результата деятельности – продукции предприятия и финансового результата – прибыли.

Говоря о методологии, следует уделить внимание сущностному пониманию этого термина. Исследования показали, что обычно под методологией понимается учение о методах, способах и стратегиях исследования предмета исследования. Однако, как верно обратил внимание А. М. Новиков [25], Д. Э. Коротков [26] на расплывчатость ее словарного определения. Так, одни авторы рассматривают методологию как способ, средство связи науки и практики, например, В. В. Краевский [27, 28], а другие – как средство помощи науки практике, например, Н. А. Масюкова [29]. А. М. Новиков дал очень краткое и, одновременно, достаточно ёмкое определение методологии – это учение об организации деятельности. А. Коротков определил методологию как логическую организацию деятельности человека, состоящую в определении цели и предмета исследования, подходов и ориентиров в его проведении, выборе средств и методов, определяющих наилучший результат [26]. В то же время взаимосвязь науки и практики реализуется посредством целенаправленной активности человека, то есть деятельности, осуществляемой людьми, требующей организации, структурирования и управления в соответствии с целями действия. Следовательно, методология исследует организацию деятельности любого субъекта, что обозначает её упорядочение в целостную систему, формируя представление о ней через выделение характеристик, логического и временного структурирования, что позволяет моделировать ситуации и процессы.

Логическая структура включает в себя следующие компоненты: субъект, объект, предмет, формы, средства, методы деятельности, её результат. Внешними по отношению к этой структуре являются следующие характеристики деятельности: особенности, принципы, условия, нормы.

Государственное регулирование развития базовых отраслей промышленности выражается в создании экономических условий для их развития, а также в законодательных нормах и предписаниях, контролирующих экономическую деятельность предприятий, осуществляющих деятельность в этой сфере. Система регулирования промышленности на государственном уровне призвана способствовать повышению эффективности производства, создавать условия для активизации его деятельности; на уровне предприятия – реализовывать оптимальную систему мер по повышению экономической и социальной эффективности его бизнеса. Обычно под бизнесом понимают деятельность или дело, приносящее его участникам и собственникам доход или другую материальную выгоду.

Бизнес-процесс – компонент бизнес-модели, описывающий, КАК предприятие выполняет свои бизнес-функции, то есть то, ЧТО оно делает в ходе своего бизнеса. Согласно ISO 9000:2000 [24] термин «процесс» трактуется этим международным стандартом, как устойчивая, целенаправленная совокупность взаимосвязанных видов деятельности, которая по определенной технологии преобразует входы в выходы, представляющие ценность для потребителя, который, можно считать синонимом «бизнес-процесса». То есть *бизнес-процесс – это логически последовательный комплекс мероприятий или набор взаимосвязанных институционализированных действий, выполняемых на предприятии для получения заданного результата, преобразующих ряд данных на входе процесса в ряд данных на выходе с использованием людей, ресурсов и оборудования.* Под институционализированными действиями следует понимать установленный на предприятии порядок взаимодействия, регламентированный рядом нормативных актов из внешней среды функционирования предприятия и внутренних регламентов предприятия, описывающих внутреннюю среду предприятия, обязательно требующими исполнения всеми участниками производственного процесса предприятия для обеспечения цели его действия в рамках сложившейся организационной структуры.

Так, могут быть выделены ряд бизнес-процессов, обеспечивающие работу предприятия и являющиеся объектами исследования и управления (рис. 1). Для целей управления развитием промышленного предприятия и процессами, реализующего шесть основных функций – организации, планирования, учет, контроль, анализ и регулирование, представляющих замкнутый цикл, необходимо обеспечение – информационное, финансовое, материальное, техническое, регламентное, методическое.

Особую значимость для предприятия имеет вопрос организации процесса планирования, так как без чёткого целеполагания невозможно обеспечить чёткого порядка действий.



Рис. 1. Базовые бизнес-процессы деятельности промышленных предприятий

Так, Б. Шоу сказал: «Постарайтесь получить то, что вы хотите, или же вы будете вынуждены захотеть то, что вы получили». Для современных предприятий стало модным применение бюджетирования, как одной из форм планирования. Но такой подход к бюджетированию не совсем верен, так как оно представляет собой, прежде всего управленческую технологию по реализации среднесрочных и долгосрочных планов предприятия. Исследования показали, что процесс бюджетирования лишается смысла, если отсутствует ясно сформулированная стратегия, что приводит к неопределенности финансовых целей. Стратегия, представляя собой концепцию или систему взглядов на то, что предприятию необходимо сделать для достижения поставленных целей, должна быть переведена в долгосрочный план действий, который формализуется в долгосрочный бюджет. Целью его формирования является установление ориентиров основных показателей или критериев для оценивания и сравнения – объёмов, прибыли, инвестиций. Именно на этом этапе процесса управления происходит окончание этапа стратегического управления и осуществляется переход к бюджетному управлению, так как долгосрочный план становится по существу текущим бюджетом и начинает реализовываться.

Фактические бюджеты и их анализ позволяют оперативно отслеживать выполнение бюджетных заданий, норм, нормативов и лимитов, что даёт возможность контролировать соответствие достигнутого состояния запланированному сценарию. Получение ответов на эти вопросы позволяют проследить выполнение бизнес-плана и степень реализации стратегии. Таким образом, стратегическое планирование, бизнес-планирование и бюджетирование представляют собой этапы определения и обоснования, с одной стороны, – целей деятельности промышленного предприятия, а с другой стороны, – средств их достижения. Таким образом, создание и поддержание условий эффективного взаимодействия участников процессов, как внутреннего, так и внешнего характера – ещё одна важная задача развития промышленного предприятия и формализации бизнес-процессов по обеспечению взаимодействия сторон. Причём в современных условиях существенным является не только и

даже не столько вопрос о производстве продукции, сколько вопрос её продажи, т. е. организации её сбыта, что требует особого внимания к процессу взаимодействия между промышленным предприятием и покупателями его продукции через выстраивание взаимоотношений с ними. Этот процесс достаточно сложный и требует более глубокого изучения, в виду своей важности в современных рыночных условиях.

Исследование сущности словарных трактовок терминов «действие» [1] и «эффект» [2, с. 509] как в первом случае – совершение усилий, а во втором – как результат или следствие чего-нибудь позволило нам определить сущность взаимодействия как совершение усилий минимум нескольких сторон по достижению цели действия. И, следовательно, эффективное взаимодействие участников рынка мы предлагаем трактовать как совершение усилий, как минимум нескольких сторон на достижение цели действия, как результата или следствия осуществления взаимных усилий.

Регулировать или упорядочивать, налаживать взаимные отношения [2, с. 409] – значит задать структуру побудительных мотивов человеческого взаимодействия [3, с. 7], а значит институционализировать взаимоотношения между людьми – субъектами, осуществляющими деятельность в сфере торговли. Причем регулирование может осуществляться на нескольких уровнях, как на уровне государства, так и на не государственном уровне. Рассматривая вопрос о развитии промышленных предприятий, речь идёт об их изменении и достижении некоего состояния, которое соответствует либо фактическому состоянию, либо желаемому. Институционализация взаимоотношений относительно развития предприятий, осуществляющих деятельность в сфере производства, базируется на формировании институтов, как общепринятых рамок поведения, что соответствует термину «конвенция» в экономической теории конвенций, которая освещена в работах К. Бесси, О. Фавро [4; 5]. Главной гипотезой этой теории является тот факт, что общепринятые рамки поведения задаются извне и как таковые воспринимаются отдельными индивидами, хотя те и участвуют, осуществляя индивидуальные и коллективные действия, в их создании, реализации и пересмотре. То есть преследуется цель согласования автономии социального, обладающего собственными законами, с идеей о том, что действуют именно индивиды, а не надиндивидуальные сущности, причём проблема неполноты «правил» в этой теории как раз и преодолевается именно с помощью понятия конвенция».

В переводе с французского языка «конвенция» означает частный договор о чём-либо между двумя государствами; условие, соглашение, уговор, полюбовная разверстка, сделка [1]. А значит, применительно к теме исследования, мы предлагаем под конвенцией понимать достигнутое соглашение относительно правил осуществления взаимодействия субъектов оперирующих в сфере промышленности, базирующееся на разумных действиях акторов. Отметим, что конвенция снимает проблему координации акторов, возникающую в результате необходимости выбора единой схемы интерпретации установленных правил. Поэтому в экономике конвенций особо выделяются интерпретативные действия экономических агентов, которые оперируют на двух логических уровнях: выбора самих правил игры и способа применения этих правил. Оправдание и воспроизводство которых, сопровождается формированием у участников взаимоотношений фреймов, определенных нами как способы мышления, соотнесения внешней информации с имеющимися правилами, принятыми ими за основу [6, с. 225; 7, с. 22]. Фундаментальная проблема координации заключается в том, что существует несколько логик, каждая из которых привязана к особому порядку обоснования ценности [21, 20. с. 108]. Среди выделенных в рамках экономической теории конвенций способов обоснования ценности наиболее актуальными для нашего рассмотрения следует считать рыночную, индустриальную и гражданскую логики (табл. 1).

Таким образом, самый очевидный способ возникновения критических ситуаций, когда соперничающие стороны не могут прийти к согласию, обусловлен не тем (во всяком случае, не только тем), что у сторон разные интересы, а тем, что контрагенты прибегают к разным логикам, привязанным к противоречащим друг другу порядкам обоснования ценности. Так, с целью построения рациональной модели объединяющей две логически разнородные области – выбор правил и выбор способа применения этих правил – К. Бесси, О. Фавро [5, с. 21] предложена идея учитывать разумное действие с целью построения более общей модели рациональности, чем её ограниченная модификация в рамках стандартной теории мейнстрима.

Таблица 1

Сущность логик оправдания при обосновании ценностей

№	Логика оправдания	Сущность
1.	Рыночная логика	- оперирует понятиями эффективности и прибыльности, свободы контрактных отношений и конкуренции.
2.	Индустриальная логика	- ориентируется на параметры производственных мощностей и технологий, планирования и инвестиций, обеспечения стабильности и функциональности связей в цепи поставок.
3.	Гражданская логика	- руководствуется категориями соблюдения прав участников рынка и обеспечения доступа к благам конечных потребителей в силу их гражданской принадлежности к данному обществу.

В отличие от моделей, в которых поведение агентов формируется исключительно исходя из расчёта на индивидуальную выгоду, разумное действие в данном случае означает и политическое измерение, и критерий общего блага, определяющего жизнь в обществе. Взаимодействия в рамках экономики конвенций представлены не только обменом товаром и информацией, но и обменом аргументами, что позволяет фреймировать взаимоотношения, когда применение и интерпретация правил игры оправданы принимающими участие в ней акторами или применить право «голоса» или «выхода», в случае, когда во взаимоотношениях возникают отклонения, требующие регулирующих воздействий (рис. 2).

В экономической литературе вопросам исследования факторов, влияющих на развитие экономики в сфере промышленности и торговли, уделялось внимание такими авторами, как И. Дудакова, В. Федько [16], Н. Н. Якубовский [17], А. М. Иванова [18], В. Герасименко, А. Хижина [19], однако факторы, влияющие на вероятность кооперативного поведения, пока недостаточно исследованы. Поэтому нами проведена авторская систематизация факторов, влияющих на развитие экономики и промышленного производства (табл. 2), с целью их углубленного изучения и использования знаний о характере влияния и возможностей их измерения для управления рациональностью взаимоотношений и выделения факторов, влияющих на вероятность кооперативного поведения субъектов в сфере базовых отраслей промышленности и осуществления процесса сбыта/реализации продукции. Изучение сущности факторов позволило выделить семь групп факторов, влияющих на развитие кооперативного поведения (рис. 3).

Факторы институциональной среды

1. Институциональные:

- тип рынков на котором функционирует субъект, его эффективность (наличие и развитость формальной сети, информационной и сети реальных контрактов);
- наличие нормативных актов, обеспечивающих развитие внутренней торговли и четкость прописанных в них норм; отсутствие возможности разночтений;
- наличие государственной политики (принятых и действующих законодательных актов в части: развития промышленности и торговли, защиты конкуренции, защиты прав потребителей, Программ развития отрасли на разных уровнях и т. п.);
- наличие органов, реализующих политику государства в сфере промышленности и торговли;
- правовая система (эффективность действия судов, наличие третейских судов и т. п.), обеспечивающая неотвратимость ответственности за нарушения.

1. Организационные:

- виды промышленного производства;
- тип и размер организации (производственной, торговой, поставщиков);
- открытие новых структурных подразделений организации;
- объединение в союзы, ассоциации (членство в союзах, ассоциациях, требующих исполнения принятых в них практик, предусматривающие наказания за их не исполнение или некачественное исполнение);
- технико-технологические (применяемые техника и технологи на предприятии, что может стать основой выдвигаемых требований к поставщикам);

- управленческие (сформированность системы управления, выполнение функций управления, применяемые управленческие инновации);
- конкурентные (применяемые у конкурентов техники и технологии, исследования, кадры и т. п.).

Таблица 2

**Систематизация факторов, влияющих на развитие экономики,
промышленности и торговли**

№	Авторы	Источник	Факторы, влияющие на развитие экономики и торговли
1	И. Дудакова, В. Федько	Развитие инфраструктуры розничной торговли // Маркетинг, № 2 (111), 2010. – С. 97-107	Факторы, ограничивающие деловую активность организаций розничной торговли [с. 105]: - высокий уровень налогов; - недостаточный платежеспособный спрос; - недостаток собственных финансовых средств; - высокая арендная плата; - высокие транспортные расходы; - высокий процент коммерческого кредита; - недостаточный ассортимент; - неадекватность торговых, складских помещений
2	Н.Н. Якубовский	Внутренний рынок как зеркало проблем украинской промышленности // Экономика Украины, № 8, 2012. – С. 4-15.	Факторы, инфраструктурного содержания, обеспечивающие инновационное развитие экономики [с. 5]: - научно-технические базы данных в разных отраслях знаний; - специалисты соответствующего профиля; - опытно-экспериментальные и проектно-конструкторские фирмы, лаборатории; - информационно-коммуникационные сети
3	А.М. Иванова	Инфраструктура рынка споживчих товарів: проблеми і напрямки розвитку // Актуальні проблеми економіки, № 9 (111), 2010. – С. 55-65.	Факторы, влияющие на формирование и развитие инфраструктуры рынка потребительских товаров [с. 58]: - экономические – тип экономической системы, отношения собственности; - политические – доверие к власти, политическая стабильность, тип политической системы; - управленческо-регулирующие – система институций, ценообразования; - правовые – законодательные акты и неформальные правила; - информационные – уровень коммуникационных связей; - психологические – ожидания населения
4	В. Герасименко, А. Хижина	Потребительское поведение в посткризисный период на российских FMCG рынках // Маркетинг, № 3 (124), 2012. – С. 43-52	Факторы изменения потребительского поведения [с. 43-44]: - развитие и насыщение товарных рынков; - изменение уровня доходов населения; - появление на рынке новых товаров и брендов; - экономический кризис

Факторы институциональных соглашений

2. Конвенциональные:

- применяемые логики оправдания (рыночная, индустриальная гражданская);
- представления руководителей, вытекающие из логики оправдания и внутренних морально-этических норм (о правильно или неправильно, справедливо или несправедливо);
- интерпритативные способности руководителей и исполнителей контрактов.

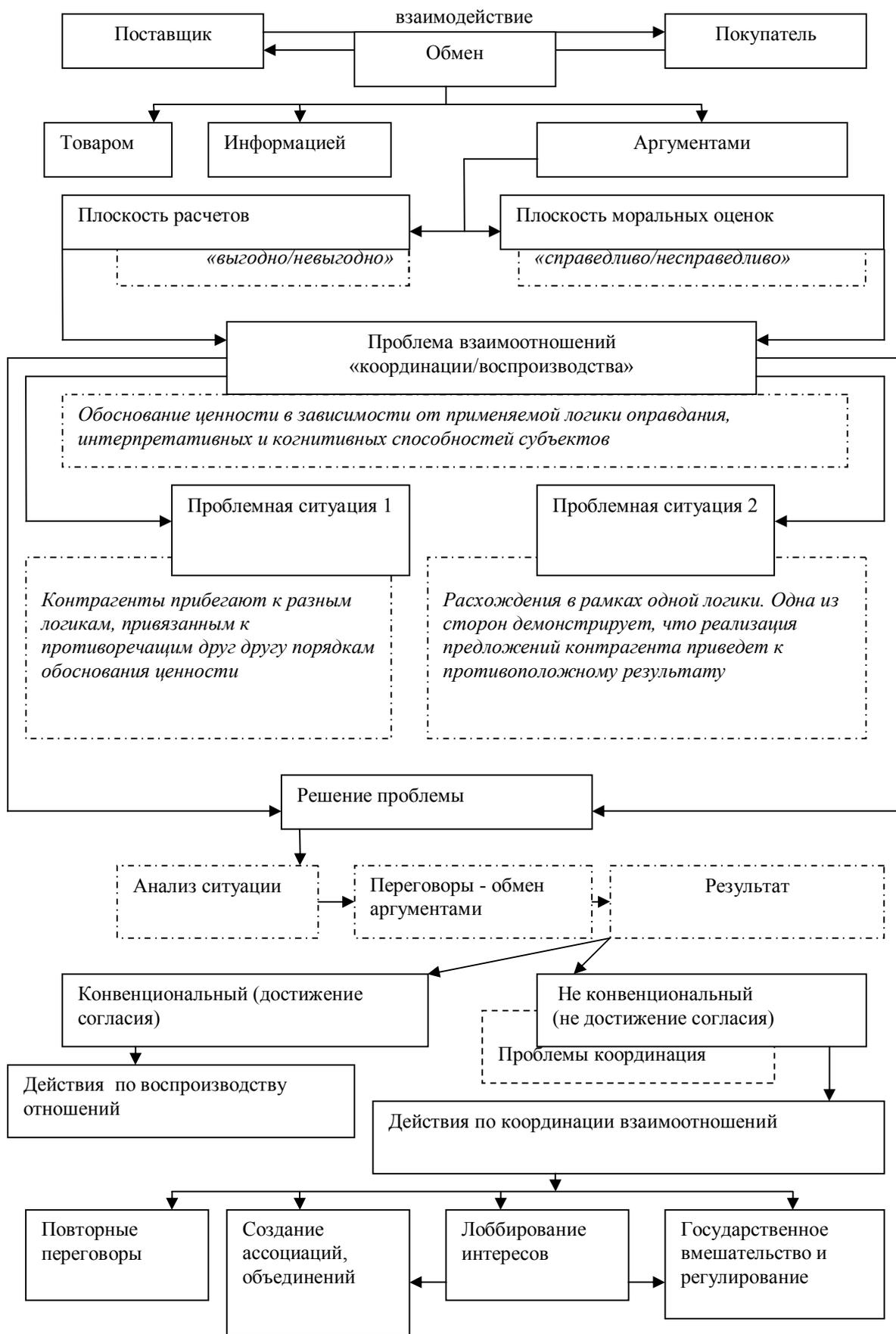


Рис. 2. Алгоритм процесса конвенциализации взаимодействия в базовых отраслях промышленности

3. Сформированные фреймы.

4. Виды договоров (на проведение маркетинговых исследований; на выполнение рекламных работ, оказание рекламных и информационных услуг; на транспортное экспедирование и др.) и наличие в них маркетинговых и иных платежей, четкость выполнения которых зависит от применяемой руководителем контрагента логики оправдания.

5. Способы, которыми руководители предприятий привыкли решать проблемные и спорные ситуации, что определяет длительность отношений.

Финансово-экономические факторы

6. Наличие финансовых средств для выполнения обязательств.

7. Проведение анализа, в том числе институционального.

В целях моделирования видов взаимодействия между покупателем и продавцом на рынке внутренней торговли нами предложено учитывать два аспекта – формальный и вероятностный. В формальном аспекте осуществляется формализация видов взаимодействия и возможных вариантов взаимодействия та основе формирования матрицы. Вероятностный аспект предусматривает построение матрицы вероятности видов взаимодействия между покупателем и продавцом.

Нами разработана таблица сценариев характера взаимодействия для разных условий его реакции и степени вмешательства государства в процессы регулирования, предусматривающие два блока возможных результатов: первый – оценивает интенсивность взаимодействия (количество транзакционных операций) и второй блок – оценивает рост степени взаимодействия, выражающийся в увеличении или уменьшении общего количества транзакционных операций.

Для моделирования развития внутренней торговли, базирующегося на отношенческом подходе для оценки характера взаимодействия субъектов-участников процесса, введём следующие допущения:

1. Модель внутренней торговли рассматривается на примере взаимодействия двух сторон: покупателя и продавца.

2. Взаимодействие подразумевает заключение сделки купли-продажи или обмена.

3. Взаимодействие повторяется во времени.

4. На текущее решение участников влияет история их отношений

5. На принимаемые решения субъектов оказывает влияние изменение внешней среды.

Исходя из установленных допущений, модель внутренней торговли на примере взаимодействия двух сторон, а именно, покупателя и продавца следует, что для каждой из сторон становятся возможны только два варианта поведения: кооперативное и некооперативное. Эти два варианта поведения для двух сторон дают четыре разных вида взаимодействия (табл. 3).

Таблица 3

Виды взаимодействия продавца и покупателями

№	<i>Поведение покупателя</i>	<i>Поведение продавца</i>	<i>Описание взаимодействия</i>
1.	Кооперативное	Кооперативное	Обе стороны получают высокий результат от взаимодействия
2.	Кооперативное	Некооперативное	Продавец получает максимальный результат, а покупатель – минимальный
3.	Некооперативное	Кооперативное	Продавец получаем минимальный результат а покупатель – максимальный
4.	Некооперативное	Некооперативное	Обе стороны получают низкий результат от взаимодействия

Существенные наработки современных ученых в области организации процессов на рынке внутренней торговли [22] позволяют утверждать, что лучше всего подойдет аппарат вероятностного имитационного моделирования [23].

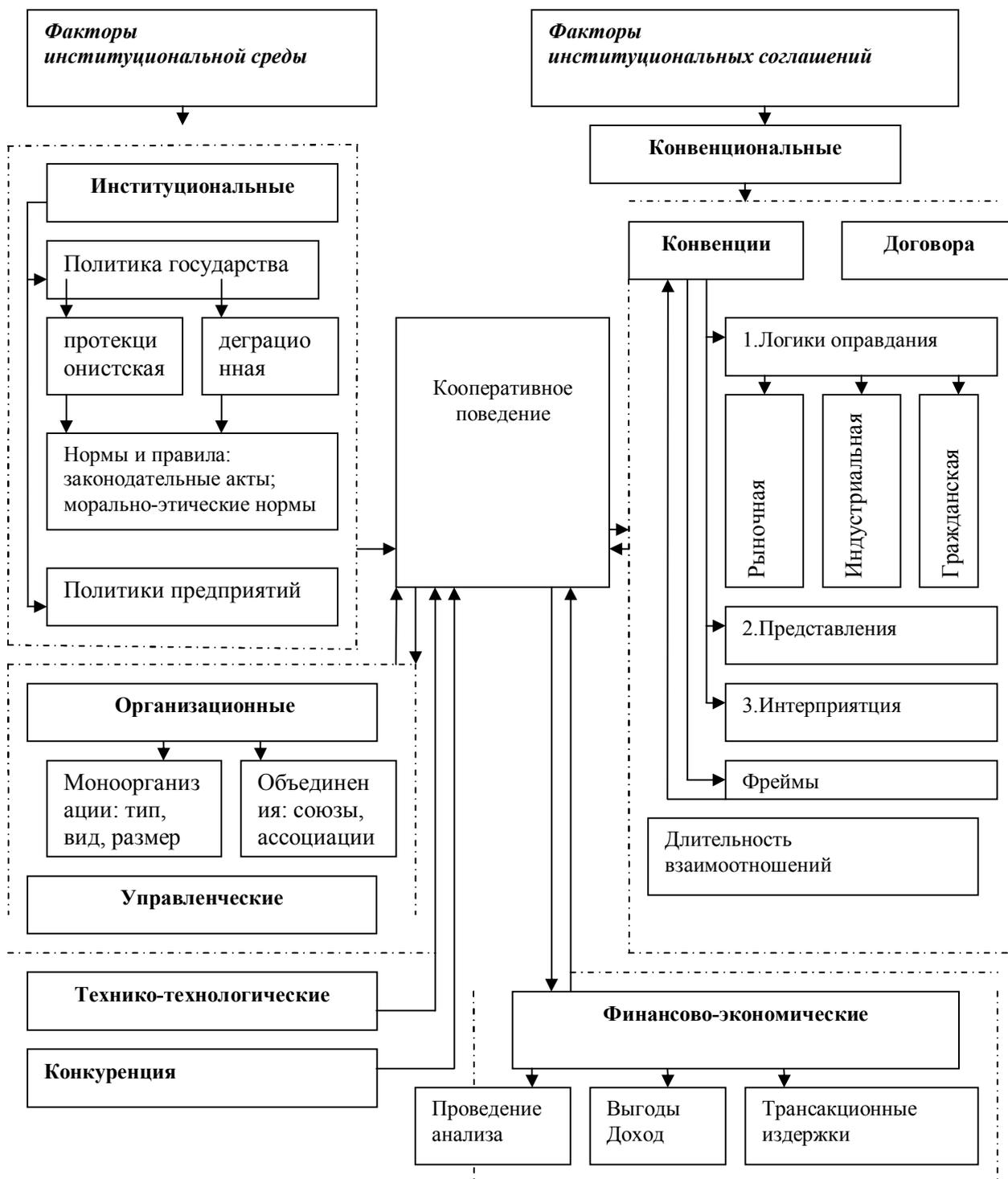


Рис. 3. Факторы, влияющие на вероятность кооперативного поведения предприятий при взаимодействии субъектов на рынке

Аппарат вероятностного имитационного моделирования чаще всего применяют в условиях ограниченной информации, а в нашем случае для изучения процессов институционального взаимодействия на рынке между производителем и потребителем его продукции.

На основании этого станет возможным также выявить приоритеты развития в условиях различных вариантов политики государства (рис. 4).



Рис. 4. Структурная схема процесса моделирования взаимодействия между покупателем и продавцом на рынке внутренней торговли

Обозначим кооперативный вариант поведения единицей, а некооперативный вариант поведения – нулём. Тогда формализация видов взаимодействия продавца и покупателя можно представить следующим образом:

$$M = \begin{bmatrix} \{1; 1\} \\ \{1; 0\} \\ \{0; 1\} \\ \{0; 0\} \end{bmatrix} \quad (1)$$

где, M – матрица видов взаимодействия покупателя и продавца.

Также обозначим виды взаимодействия:

$$\begin{cases} V_1 = \{1; 1\} \\ V_2 = \{1; 0\} \\ V_3 = \{0; 1\} \\ V_4 = \{0; 0\} \end{cases} \quad (2)$$

где, V_1 – первый вид взаимодействия покупателя и продавца;

V_2 – второй вид взаимодействия покупателя и продавца;

V_3 – третий вид взаимодействия покупателя и продавца;

V_4 – четвёртый вид взаимодействия покупателя и продавца.

$$M = \begin{bmatrix} V_1 \\ V_2 \\ V_3 \\ V_4 \end{bmatrix} \quad (3)$$

где, M – матрица видов взаимодействия покупателя и продавца;

V_1 – первый вид взаимодействия покупателя и продавца;

V_2 – второй вид взаимодействия покупателя и продавца;

V_3 – третий вид взаимодействия покупателя и продавца;

V_4 – четвёртый вид взаимодействия покупателя и продавца.

Следовательно, вероятность кооперативного поведения влияет также на количество сделок совершаемых в единицу времени. Если вероятность кооперативного поведения низкая, то это приводит к невысокой интенсивности обменных операций. Если государство проводит политику, при которой вероятность кооперативного поведения достаточно высока, то это приводит к повышению интенсивности обменных операций. Таким образом, возникает необходимость выяснения параметров процессов взаимодействия, которые целесообразно считать кооперативными и впоследствии наиболее эффективными.

Формирование решений относительно анализа эффективности взаимодействия осуществляется в несколько этапов (рис. 5).



Рис. 5 Этапы формирования решений относительно анализа эффективности взаимодействия в условиях использования математической модели

Так, этапами формирования решений относительно анализа эффективности взаимодействия в условиях применения предложенной модели являются: использование модели оценки характера взаимодействия предприятий на внутреннем рынке; сбор информации об интенсивности транзакционных операций и вероятности их осуществления; статистическая обработка входной информации; использование алгоритма модели, введение программного кода

в среде MathLab и формирование окончательных решений относительно осуществления выбора характера поведения или корректировки предварительно принятых решений. Таким образом, задача государства как раз заключается в том, чтобы обеспечить истинное равенство и баланс интересов, что достигается только через правовое регулирование отношений.

В сущности – это закон и порядок, это традиция честных, партнерских отношений, справедливого распределения предпринимательских рисков, это готовность отвечать по договорным обязательствам. Это также невозможность недобросовестного поведения, завуалированного под мнимую свободу невыгодного договора. При не выполнении государством своих функций регулирования возникает вероятностная опасность того, что его место займет другой регулятор – сговор монополистов.

Поэтому использование предложенного нами подхода позволяет проводить институциональный анализ и моделировать взаимодействие участников рынка при разной политике государства и многовариантности условий взаимодействия на рынке внутренней торговли. Внутренние бизнес-процессы промышленных предприятий должны регламентироваться через создание нормативно-справочной информации, разрабатываемой на самом предприятии. Причём важную роль играют вопросы планирования деятельности, особенно с использованием процесса бюджетирования.

Список использованных источников

1. Толковый словарь В. Даля ON-LINE // <http://vidahl.agava.ru/P040.NTM#6178>
2. Поповцев И. Ю. Толковый словарь русского языка для школьников. – М.: «Авеонт», 2006. – 512 с.
3. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. М.: Фонд экономической книги «НАЧАЛА», 1997. – С. 7.
4. Беси К. Экономика конвенций и институционализм: результаты взаимодействия [Текст] / К. Беси, О. Фаро // Вопросы экономики, № 9, 2010. – С. 26-40.
5. Беси К. Институты и экономическая теория конвенций [Текст] / К. Беси, О. Фаро // Вопросы экономики, № 7, 2010. – С. 12-38.
6. Возיאнова Н. Ю. Державне регулювання інституціональних змін у розвитку внутрішньої торгівлі як галузі української економіки [Текст] // Вісник ДонНУЕТ. Науковий журнал. Серія «Економічні науки», № 3 (47), 2010. – С. 219-228.
7. Возיאнова Н. Ю. Трансформація фреймів та інституціональної структури в розвитку внутрішньої торгівлі в Україні [Текст] / Н. Ю. Возיאнова // Вісник ДонНУЕТ, Економічні науки, № 4 (44), 2009. – С. 20-30.
8. Капитанова Е. В. К вопросу о государственном регулировании розничной торговли // <http://law.admtymen.ru/noframe/nic?d&nd=466201503&prevDoc=466201482>
9. Яровая И. А. Государственное регулирование торговли // <http://www.rosconservator.ru/articles/5/>
10. Никитин М., Юрко А. Поисковые теории рынков [Текст] / М. Никитин, А. Юрко // Вопросы экономики, № 1, 2011. – С. 51-64.
11. Смирнова Ж., Моисеева Н. Европейская практика регулирования рынков [Текст] / Ж. Смирнова, Н. Моисеева // Маркетинг, № 6 (121), 2001. – С. 82-86.
12. Дроздова Н. В поисках новой методологии: сравнительный анализ и исторический институциональный анализ Анвера Грейфа [Текст] / Н. Дроздова // Вопросы экономики, № 1, 2011. – С. 101-119.
13. Попов Е., Сергеев А. Современный российский институционализм: к продолжению дискуссии [Текст] / Н. Попов, А. Сергеев // Вопросы экономики, № 2, 2010. – С. 103-111.
14. Делавинья С. Психология и экономика: результаты эмперических исследований [Текст] / С. Делавинья // Вопросы экономики, № 5, 2011. – С. 56-74.
15. Ореховский П. Зрелость социальных институтов и специфика оснований терор общественного выбора [Текст] / П. Ореховский // Вопросы экономики, № 5, 2011. – С. 75-86.
16. Дудакова И., Федько В. Развитие инфраструктуры розничной торговли // Маркетинг, № 2 (111), 2010. – С. 97-107
17. Якубовский Н. Н. Внутренний рынок как зеркало проблем украинской промышленности // Экономика Украины, № 8, 2012. – С. 4-15.

18. Иванова А. М. Инфраструктура ринку споживчих товарів: проблеми і напрямки розвитку // Актуальні проблеми економіки, № 9 (111), 2010. – С. 55-65.
19. Герасименко В., Хижина А. Потребительское поведение в посткризисный период на российских FMCG рынках // Маркетинг, № 3 (124), 2012. – С. 43-52
20. Радаев В. Как обосновать введение новых правил обмена на рынках // Вопросы экономики, № 3, 2011. – С. 104-123.
21. Болтански Л., Тевено Л. Социология способности // Журнал социологии и социальной антропологии, Т.3. – 2000. – № 3. – С. 66-83.
22. Загорная Т. О., Коломыцева А. О. Процессно-ориентированный подход в управлении развитием организаций. – Міжнародний науковий журнал «Механізм регулювання економіки». – № 1. – Вид-во Сум ДУ, 2009. – С. 205-215.
23. Громова Н. Б., Минько Э. В., Прохоров В. И. Методы исследования операций в моделировании организационно-экономических задач. – М.: Изд-во МАИ, 1992. – 239 с.
24. ISO 9000:2000 Система менеджмента качества. Основные положения и словарь
25. Новиков А. М. Введение в методологию игровой деятельности. – М.: Эгвес, 2006.
26. Краевский В. В. Методология научного исследования: Пособие для студентов и аспирантов гуманитарных ун-тов. – СПб.: СПб. ГУП, 2001.
27. Краевский В. В. Методология педагогического исследования. – Самара: Изд-во СамГПИ, 1994.
28. Масюкова Н. А. Проектирование в образовании. – Минск: Технопринт, 1999.

УДК 658.0124

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

ВОЛЬСКАЯ Е. М.,
д. гос. упр., доц., проф. кафедры
менеджмента организаций
Донбасской национальной академии
строительства и архитектуры

У статті розглянуто теоретичні основи антикризового управління організацією. Наведено визначення антикризового управління. Розглянуто заходи з подолання кризи на сучасних підприємствах.

Ключові слова: криза; антикризове управління; банкрутство; санація; антикризова програма.

В статье рассмотрены теоретические основы антикризисного управления организацией. Приведены определения антикризисного управления. Рассмотрены меры по преодолению кризиса на современных предприятиях.

Ключевые слова: кризис; антикризисное управление; банкротство; санація; антикризисная программа.

The article discusses the theoretical basis of crisis management organization. Give a definition of crisis management. Consider measures to tackle the crisis in modern enterprises.

Keywords: crisis; crisis management; bankruptcy; reorganization; crisis prevention program.

Постановка проблеми. Процесс применения форм, методов и процедур, направленных на социально-экономическое оздоровление финансово-хозяйственной деятельности современного предприятия, создание и развитие условий для выхода из кризисного состояния это процесс, который называется антикризисным управлением предприятием.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросы антикризисного управления посвящены работы многих зарубежных и отечественных авторов, а именно И. Кац рассматривал в своих работах основные проблемы кризиса на российских предприятиях [1]; механизм развития кризиса на уровне отдельно взятой производственной системы (субъекта хозяйствования) детально раскрыто в коллективной монографии под общей редакцией А. Градова и Б. Кузина [2]. Причины нарушения механизма саморегуляции организации изложены в работе английского экономиста Стаффорда Бира «Мозг фирмы». В обобщающем виде они могут быть сформулированы так: неэффективное управление, несоблюдение научно обоснованных требований относительно этого механизма, методов, процесса, стиля, инструментария [3].

Вопрос антикризисного управления также затрагивался в работах И. Бланка [4], В. Василенко [5], Н. Родионовой [6], Дж. Ван Хорн [7], Л. Лигоненко [8], О. Терещенко [9] и многих других.

Целью статьи является определить природу возникновения кризисных ситуаций и предложить применение антикризисного управления.

Изложение основного материала исследования. Понятие «кризис» – одно из наиболее сложных понятий, которое имеет много содержательных оттенков, интерпретаций и сущностных характеристик. Данный термин происходит от греческого *krisis* – резкий перелом, тяжёлое переходное состояние, крайняя точка падения, острый недостаток, несоответствие.

Наиболее распространёнными сферами использования этого термина являются:

- 1) в медицинской науке – быстрое снижение температуры тела больного, переломный момент во время течения болезни при остром горячечном заболевании;
- 2) в экономической науке – перепроизводство товаров, которые не находят спроса, который имеет признаки повторения и периодичности;
- 3) в политологии – момент обострения противоречий между производственными силами и производственными отношениями, между системой управления обществом.

В экономике термин «кризис» приобрёл распространение, прежде всего, в связи с разработкой концепции цикличности развития экономических систем, которая принадлежит к фундаментальным составляющим категориального аппарата экономической теории и уже свыше ста лет занимает одно из центральных мест в исследованиях разных научных школ и направлений экономической науки. Парадигма цикличности изменений совокупного спроса и предложения, объёма производства и дохода и соответственно состояния экономики являются основой теории экономических циклов и экономической конъюнктуры, которую исследовали такие выдающиеся учёные экономисты, как М. Туган-Барановский, Н. Кондратьев, К. Маркс, Дж. Г. Кейнс, Й. Шумпетер, М. Фридмен. Практически никакое глубокое современное исследование экономических процессов не оставляет без внимания теорию цикличности и явления, которые она объясняет.

Предприятие в процессе своей жизнедеятельности проходит пять стадий жизненного цикла. Жизненный цикл организации (ЖЦО) — точки «перелома»: причины и антикризисные (инновационные) действия. Использование методики анализа ЖЦО производится для определения направления изменений в деятельности организации. Модель жизненных циклов является одним из инструментов менеджмента, наиболее объективно отражающим процесс развития предприятия. Согласно концепции жизненного цикла организации, и её деятельность проходит пять основных стадий:

- 1) рождение организации: главная цель заключается в выживании; руководство осуществляется одним лицом; основная задача – выход на рынок;
- 2) детство и юность: главная цель – получение прибыли в ближайшей перспективе и ускоренный рост; стиль руководства жесткий; основная задача – укрепление позиций и захват рынка; задача в области организации труда – планирование прибыли, увеличение заработной платы, предоставление различных льгот персоналу;
- 3) зрелость: главная цель – систематический сбалансированный рост, формирование индивидуального имиджа; эффект руководства достигается за счёт делегирования полномочий; основная задача – рост по разным направлениям деятельности, завоевание рынка; задача в области организации труда – разделение и кооперация труда, премирование в соответствии с индивидуальными результатами;

4) старение организации: главная цель – сохранение достигнутых результатов; эффект руководства достигается за счёт координации действий, основная задача – обеспечить стабильность, свободный режим организации труда, участие и прибыль;

5) возрождение либо исчезновение: главная цель состоит в обеспечении оживления всех функций; рост организации достигается за счёт сплоченности персонала, коллективизма; главная задача – омоложение, внедрение инновационного механизма, внедрение научной организации труда и коллективное премирование.

Переход от одной стадии к другой, как правило, сопровождается кризисными явлениями, а преодоление кризиса в этой связи – основная задача руководства предприятия. Преодоление кризиса даёт возможность продолжить жизнедеятельность предприятия, обеспечить его возрождение на том же или более высшем уровне организации и эффективности. Нарушение цикличности (невыход из кризисного состояния) предопределяет прекращение его деятельности как субъекта хозяйствования. Кризисные явления в деятельности предприятия является моментом резкого обострения разногласий, которые возникают в процессе взаимодействия отдельных элементов микроэкономической системы между собой и с внешним окружением. Такие разногласия возникают между:

- 1) количественными и качественными характеристиками продукции (товаров, услуг) и соответствующими характеристиками рыночного спроса;
- 2) возможной и необходимой производственной мощностью предприятия;
- 3) необходимым объёмом ресурсов, который потребляет предприятие, и возможностью их привлечение, ценами предложения и спроса на них;
- 4) рыночной стоимостью продукции и объёмом расходов, которые возникают в процессе производства и должны быть компенсированы чем-то полученного дохода;
- 5) между фактическим и плановым распределением прибыли предприятия на производственное и социальное развитие.

Накопление разногласий приводит к нарушению равновесия экономической системы и ухудшению её общего состояния, то есть возникает ситуация, по которой изменение действующих на систему внешних, внутренних и исходных параметров взаимно не компенсируется, а их сумма не равняется нулю. Как следствие, сначала ухудшается, а потом постепенно теряется жизнеспособность предприятия, возможность возвращения к равновесному состоянию, возникает дефицит ресурсов или возможностей предприятия для дальнейшего развития [10].

Итак, в процессе исследования было выяснено, что рано или поздно кризис в системе управления предприятия может наступить. И какие действия должно осуществить руководство предприятия для быстрого и безболезненного преодоления кризиса? На помощь руководителю приходит антикризисное управление, которое представляет собой систему мероприятий по выходу предприятий из кризиса.

Процесс выхода предприятия из кризисного состояния должен происходить не хаотически и бессистемно, он должен быть надлежащим образом организованным и скоординированным. Понимание этих аксиоматических истин обуславливает целесообразность определения основных документов, которые должны разрабатываться в процессе антикризисного управления предприятием. Основными документами, которые должны разрабатываться на предприятии, являются: антикризисная программа, план антикризисных мер. Антикризисная программа – это специальный внутренний документ, в котором излагается перечень основных мер, планируемых осуществлять в пределах предприятия, его структурных подразделов и функциональных служб для достижения поставленной цели – вывод организации из кризисного состояния.

Антикризисная программа должна разрабатываться в целом по предприятию. По необходимости антикризисные подпрограммы могут разрабатываться по отдельным подразделениям и функциональным службам. Антикризисная программа состоит из таких пунктов:

- 1) общая характеристика состояния кризиса, основных причин, которые его вызвали, а также проблем, что требуют решения;
- 2) целевые параметры антикризисного процесса;
- 3) ограничения антикризисного процесса;

- 4) перечень запланированных антикризисных мероприятий с обязательным определением сроков исполнения и исполнителей;
- 5) бюджет выделенных средств на антикризисные мероприятия;
- 6) финансовый план деятельности предприятия на период реализации программы;
- 7) формы и механизмы контроля над реализацией программы со стороны собственников, кредиторов, их полномочия относительно поточного управления программой.

План антикризисных мер разрабатывается на основании антикризисной программы и представляет собой форму её конкретизации и трансформации. Должен содержать перечень конкретных мер, которые предполагается осуществить, сроки реализации, необходимые ресурсы (средства) и ожидаемый результат реализации, а также перечень ответственных лиц и исполнителей.

Антикризисная программа и план антикризисных мер должны удовлетворять таким требованиям: обеспечивать комплексное решение вопросов финансового оздоровления и восстановления трудоспособности целостного организма; быть подчиненными стратегическим интересам предприятия, быть привлекательными для собственника, руководства, персонала предприятия; быть привлекательными для внешних инвесторов и обеспечивать привлечение внешних средств, необходимых для осуществления программы. Исходя из сути антикризисной программы в период её разработки и реализации, актуальной задачей остаётся разработка плана хозяйственно-финансовой деятельности предприятия в традиционном понимании его содержания и структуры. Оперативное планирование хозяйственно-финансовой деятельности выступает как один из инструментов управления, с помощью которого создаются предпосылки для достижения целевых показателей, установленных антикризисной программой.

Что же касается стратегического плана, то необходимость его разработки после формирования антикризисной программы устраняется.

Выход предприятия из состояния кризиса может рассматриваться как стратегическая цель, на реализацию которой должен работать весь потенциал предприятия. В меру завершения реализации мер антикризисной программы и получение положительных результатов потребность в разработке стратегии деятельности актуализируется, поскольку именно в стратегическом плане должны быть закреплены полученные достижения и созданные предпосылки для предотвращения повторения кризисных явлений. Разработанная таким образом антикризисная программа (план) по потребности становится необходимой основой для подготовки других производных специальных плановых документов, которые имеют узкое функциональное назначение, в частности бизнес-плана финансового оздоровления и плана (проекта) санации. Рассмотрим особенности их разработки.

Назначение и структура бизнес-плана финансового оздоровления имеет разную трактовку в современной нормативной и специальной литературе. Бизнес-план финансового оздоровления, как правило, рассматривается как внешний документ, который разрабатывается для характеристики предпосылок и возможностей дальнейшего развития предприятия. В нем не только определяются антикризисные меры (их сущность и результативность), а и подается краткое описание всего внутреннего и внешнего окружения предприятия, стратегии его деятельности. Сферой его применения является поиск и привлечения внешнего кредитора (инвестора), что может осуществляться (но только как один из возможных мер) в ходе финансового оздоровления предприятия.

Другое название планового документа, который разрабатывается для управления антикризисным процессом, – план санации. Название этого документа введенная в обращение Законом Украины «О восстановлении платежеспособности должника или признании его банкротом». План санации разрабатывается в рамках лишь одной из возможных форм антикризисных мер – судебной санации. Ответственным за него разработка предназначена управляющего санацией, лицо которого утверждено соответствующим решением суда. План санации является обязательным документом, который подлежит обработке (не позднее трёх месяцев со дня вынесения постановления о санации должника), одобрению комитетом кредиторов предприятия, согласованию с инвесторами (за них наличия) и утверждению постановлением хозяйственного суда.

План санации должен содержать мероприятия по восстановлению платежеспособности должника, условия участия инвесторов в полном или частичном удовлетворении требований

кредиторов, в частности путем перевода долга (части долга) на инвестора, сроки и очередность выплаты должником или инвестором долга кредиторам и условия ответственности инвестора за невыполнения взятых, согласно плану санации, обязательств. Определено, что план санации должны предусматривать срок восстановления платёжеспособности должника, под которой понимается отсутствие признаков неплатёжеспособности, определённых законом. Требования к содержанию плана санации должны быть разработаны Агентством по вопросам банкротства, которое должно функционировать в каждом регионе страны.

Выводы. Кризис – это закономерное явление деятельности любого предприятия, но для успешного его преодоления каждое предприятие должно разрабатывать антикризисную программу. В случае возникновения кризиса умелое применение этой программы будет залогом продолжения жизнедеятельности предприятия, залогом заботы руководства организации о своих сотрудниках и о своей репутации на рынке.

Список использованных источников

1. Кац И. Антикризисное управление предприятием. Электронный ресурс: http://vasilievaa.narod.ru/ptpu/13_2_03.htm
2. Градов А. П. Стратегия и тактика антикризисного управления фирмой [Текст] / Под общ. ред. А. Н. Грядова, Б. И. Кузина – СПб.: Спец. Литература, 1996. – 398 с.
3. Бир С. Мозг фирмы. Электронный ресурс: http://vernikov.ru/old_version/bir_index.htm
4. Бланк И. А. Антикризисное финансовое управление предприятием [Текст] / И. Бланк. – К. : Эльга, Ника-Центр, 2006. – 672 с.
5. Василенко В. А. Особенности антикризисного управления на предприятии [Текст] / В. А. Василенко // Экономика Крыма. – 2004. – № 11 – С. 35-41.
6. Радионова Н. В. Антикризисный менеджмент [Текст]: [учебное пособие для вузов] / Н. В. Радионова. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2001. – 223 с.
7. Дж. Ван Хорн Основы управления финансами [Текст]: пер. с англ. / Ван Хорн Дж. – М.: Финансы и статистика, 1996. – 433 с.
8. Лігоненко Л. О. Антикризове управління підприємством [Текст]: / Л. О. Лігоненко. – К. : КНТЕУ, 2005. – 824 с.
9. Терещенко О. О. Антикризове фінансове управління на підприємстві [Текст]: [навч. посіб.] / О. О. Терещенко. – К.: КНЕУ, 2004. – 560 с.
10. Курс лекций. Антикризисное управление [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://econbooks.ru/books/part/21612>

УДК 330.341.1

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

**ГУБЕРНАЯ Г. К.,
д. э. н., проф. Донецкого
государственного университета
управления (ДонГУУ),
ШИЯНКОВА Ю. В., студентка ДонГУУ**

У статті розглянуто поняття «інновація». Досліджено та проаналізовано сучасні проблеми впровадження результатів інноваційної діяльності. Визначено найважливіші бар'єри і принципи інновацій, які стримують вихід інноваційного продукту на сучасний ринок.

Ключові слова: інновація; інноваційний процес; принципи інновацій; інноваційні бар'єри.

В статье рассмотрено понятие «инновация». Исследованы и проанализированы современные проблемы внедрения результатов инновационной деятельности. Определены важнейшие барьеры и принципы инноваций, которые сдерживают выход инновационного продукта на современный рынок.

Ключевые слова: инновация; инновационный процесс; принципы инноваций; инновационные барьеры.

The article deals with the concept of «innovation» Investigated and analyzed the current problems of the introduction of innovation. Identify important barriers to innovation and the principles that constrain the output of an innovative product for the modern market.

Keywords: innovation; innovation process; the principles of innovation; innovation barriers.

Постановка проблемы. Современное развитие экономики характеризуется значительной конкурентной борьбой субъектов хозяйствования разных отраслей. Такие условия требуют перехода к новым, более эффективным методам управления, что в свою очередь зависит от ряда факторов. Одним из наиболее значимых является инновационное развитие. Именно инновации позволяют предприятиям занимать лидирующие позиции на рынке, увеличивать прибыль, вести достойную конкурентную борьбу. Определение внутриорганизационных барьеров, сдерживающих внедрение инноваций, поиск путей их устранения, необходимые предпосылки развития эффективных и современных предприятий, экономики государства в целом.

Анализ исследований и публикаций последних лет. Исследования основных проблем развития инновационной деятельности отечественных предприятий нашли своё отражение в работах таких учёных, как В. Ю. Яковец, А. А. Харин, В. С. Тубалов, Т. С. Медведкин, В. И. Дубницкий, О. Е. Кузьмин. В настоящее время всё больше учёных проявляют интерес к проблемам развития инновационной деятельности на предприятиях, а результаты их разработок обуславливают необходимость расширения и углубления научных исследований в этой области.

Цель исследования. Целью статьи является анализ барьеров и препятствий внедрения инноваций на предприятиях, а также разработка принципов преодоления данной проблемы.

Изложение основного материала. Состояние инновационной деятельности на отечественных предприятиях большинство экспертов определяют как кризисное. Оно не соответствует современному уровню инновационных процессов в развитых странах, а стабильное сокращение реальных объёмов финансирования научно-технической стратегии не дают реальной почвы для перехода к инновационной модели развития.

Понятие «инновация» в упрощенном варианте означает «изменения». Сознательное управление изменениями с целью повышения эффективности организации – показатель наивысшего профессионализма топ-менеджера. Изменения задают стремительную направленность и обуславливают динамичность развития. В более широком смысле, инновация – это конечный результат деятельности по созданию и использованию нововведений, воплощенных в виде усовершенствованных или совершенно новых товаров, продуктов, услуг, бизнес моделей, технологий производства, методов управления производством и сбытом товаров, которые способствуют развитию, повышению эффективности функционирования, а также доходности предприятий, которые их используют [5, с. 7].

Статистическое наблюдение тенденций развития инновационных преобразований в национальной экономике свидетельствуют о том, что высокий уровень инновационной активности характерен для отечественных предприятий химической промышленности – 9,9 %, производства продуктов нефтепереработки – 9,3 %, производства транспортных средств и оборудования – 9,1 %, машиностроение – 6,5 %. Среди аутсайдеров оказались: отрасли добывающей, легкой промышленности, производство и распределение электроэнергии, газа и воды. Среди всех внедрённых инноваций на отечественных предприятиях наибольший удельный вес занимают внедрения новейших технологий производства – 41,3 %, освоение производства инновационной продукции – 51,6 %, в т. ч. новой техники (табл. 1) [1].

Таблица 1

**Структура направлений осуществления инновационной деятельности
на предприятиях Украины за 2010-2014 гг., %**

<i>Года</i>	<i>Внедрение новых технологических процессов, %</i>	<i>В т. ч. ресурсосберегающие технологии производства</i>	<i>Освоение производства инновационной продукции</i>	<i>В т. ч. новые виды техники</i>
2010	42,9	16,7	50,5	15,9
2011	45,6	18,1	55,6	16,4
2012	46,3	19,8	57,2	17,4
2013	46,8	19,5	56,2	17,2
2014	41,3	15,7	51,6	13,5

Уровень активизации инновационных процессов по разным секторами Украины достаточно неравномерный. Объективно, более высокая степень разработок и внедрений инноваций характерна для крупных промышленных предприятий, имеющих мощный инновационный потенциал, значительные финансовые возможности и подготовленный кадровый состав [4, с. 15]. Сдерживание инновационной деятельности предприятий объясняется ограниченностью источников её финансирования, что связано с финансово-экономической нестабильностью в государстве и кризисным состоянием большинства предприятий, которые вынуждены реализовывать инновационные процессы за счёт собственных средств. Отсутствие собственных средств у предприятий для финансирования инноваций дополняется также другими факторами:

- высокими кредитными ставками;
- неспособностью получения долгосрочных кредитов;
- настоящим массовым банкротством банков.

Кроме вышеуказанных, проблемами реализации инновационных процессов на отечественных предприятиях также следует считать:

- низкий уровень защиты и управления интеллектуальной собственностью;
- несовершенная институциональная среда поддержки инновационного предпринимательства;
- отсутствие экспертизы и отбора инновационного предложения;
- низкий уровень инвестиционного сопровождения реализации инновационного процесса;
- бюрократия на государственном уровне; отсутствие реальной государственной поддержки;
- массовая миграция квалифицированной рабочей силы;
- отсутствие механизма трансфера технологий;
- несовершенство методики оценки эффективности инновационных проектов;
- нерациональное использование имеющихся ресурсов предприятия.

Огромным препятствием на пути развития инновационной деятельности является непосредственно законодательная база. К весомым недостаткам законодательства государства можно отнести некоординированность законодательных актов между собой и их несоответствие экономической ситуации в стране. При этом недостаточно внимания уделяется проблемам внедрения инноваций [4, с. 20]. Необходимым условием для инновационного развития любого предприятия является осознание необходимости инноваций со стороны руководства и внутренняя готовность к их внедрению. В то же время значительная часть отечественных исследователей обосновывают положение, что именно неготовность руководства и работников предприятий стать активными участниками и реализаторами инновационного процесса в значительной мере обусловила несостоятельность предприятий к инновациям.

Серьёзной проблемой инновационного управления на предприятиях остаётся отсутствие современных концепций стимулирования творческой активности сотрудников. Недооценка творческих возможностей сотрудников приводит к потере возможностей усовершенствовать производственный процесс, сократить расходы, внедрить новый продукт.

Для обеспечения эффективного процесса внедрения инноваций нужно обеспечить осуществление следующих задач:

- оценка мировых тенденций научно-технического развития;
- разработка стратегии инновационной политики и механизмов ее осуществления;
- формирование стратегических целей инновационной деятельности;
- разработка планов и программ инновационных проектов;
- разработка организационно-производственной структуры управления инновационной деятельностью;
- планирование организации инновационного процесса;
- наблюдение (контроль) за выполнением этапов, стадий инновационного процесса во времени и синхронизацией всех видов деятельности; подготовка соответствующего персонала для осуществления инноваций;
- стоит создавать инновации в виде сети, как внутри компании, так и за её пределами, ведь сама сеть, а не отдельные личности, является основным строительным материалом для инноваций;
- необходимо корректировать системы параметров и вознаграждений для того, чтобы управлять инновацией и создать правильное поведение [2].

Для преодоления барьеров на пути внедрения инноваций предприятиям рекомендуется использовать следующие принципы:

- для работы с инновациями должна быть создана определённая группа креативных людей. Руководители должны тщательно подходить к выявлению и дальнейшему объединению креативных личностей. Именно креативность положительно влияет на выработку и внедрение инновационных идей;
- мотивация группы – использование материальных и нематериальных методов мотивации позволяет повысить эффективность инновационного процесса в целом;
- планирование работы позволит чётко определить цели и возможности дальнейшего контроля поставленных задач;
- контроль над выполнением тактических и стратегических планов инновационной политики, используя при этом специально разработанные критерии оценки.

Среди современных форм ведения инновационной деятельности следует выделить следующие:

- стартап – недавно созданная компания (возможно, ещё не зарегистрирована официально), которая строит свой бизнес на основе инноваций или инновационных технологий;
- спин-компания – создаётся материнской компанией для внедрения «побочных продуктов» инновационного процесса. Спин-оффы сохраняют связь с материнской компанией, спин-ауты становятся абсолютно независимыми предприятиями;
- краудсорсинг – процесс передачи определённых сегментов инновационной деятельности неопределённому кругу лиц (crowd) с целью привлечения к инновационному процессу людей вне сферы науки и бизнеса [3, с. 53].

Необходимо рассмотреть возможные варианты воплощения инновационной идеи в зависимости от масштаба инновационной деятельности, финансовых возможностей (рис. 1).

Таким образом, можно выделить следующие варианты развития инновационной деятельности на предприятии:

1. Инновационная идея воплощается в инновационном продукте внутри одного предприятия. Инновационный процесс проходит закрыто без участия посторонних организаций. Такой подход базируется на парадигме закрытых инноваций. Его недостатком является то, что для ведения инновационной деятельности предприятию необходимо большое количество финансовых ресурсов для обеспечения содержания данного штата сотрудников, ведения научных разработок и исследований:

- своеобразным переходом к парадигме открытых инноваций является принцип ведения инновационной деятельности, когда часть работы по созданию инноваций передаётся другой организации на условиях аутсорсинга. В случае использования такой схемы предприятие может сэкономить значительное количество финансовых ресурсов и их остаток направить на продвижение готового инновационного продукта;

- в современной экономике возникает возможность реализовывать побочные продукты инновационной деятельности на инновационном рынке или развивать их в самостоятельные спин-компании. Такой подход позволяет развивать наиболее перспективные результаты инновационной деятельности, которые не соответствуют целям предприятия в отдельных проектах.

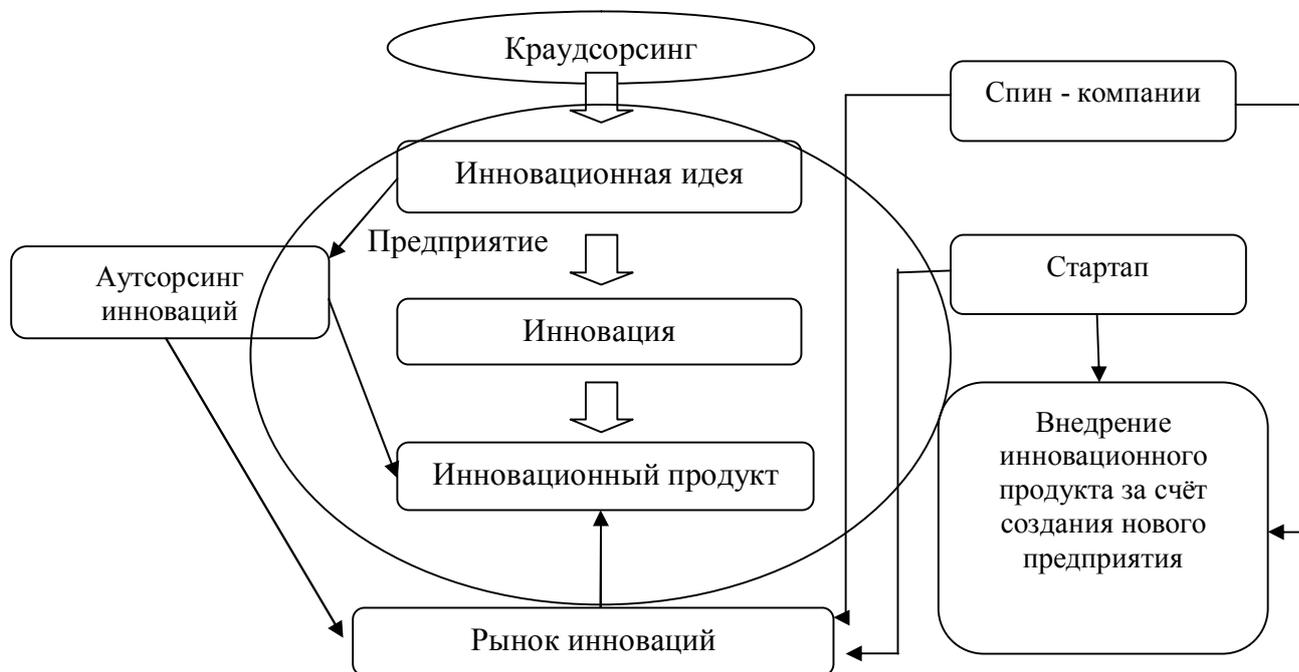


Рис. 1. Инновационная деятельность на современном предприятии

2. Когда предприятие имеет достаточно финансовых возможностей для проведения части инновационных исследований собственными силами, то используется модель ведения инновационной деятельности на основе краудсорсинговых технологий [3, с. 53]. Предприятие получает информацию о необходимости инновационного развития от потребителей. На основе анализа формируются основные направления совершенствования товара или услуги. Следующим шагом является использование краудсорсинга для генерации так называемых потребительских инноваций, которые, направленные от потребителя. Инновационные идеи, полученные извне, развиваются внутри предприятия в зависимости от выбранного варианта (см. пункт 1). Полученные в результате краудсорсинга инновационные идеи могут также быть реализованы на рынке инноваций или с помощью спин-оффов.

3. Когда предприятие не имеет собственных резервов для ведения инновационной деятельности, есть возможность получить инновации из внешних источников с помощью рынка инноваций. Рынок инноваций предлагает как полностью готовые инновации (стартапы, спин-оффы), так и инновационные идеи, которые требуют дополнительного исследования. Инновационный рынок является самым простым механизмом получения производственных инноваций. Следует отметить, что эффективная деятельность рынка нуждается в надлежащей инвестиционно-инновационной инфраструктуре, включающая не только научно-исследовательские учреждения, но и организации, деятельность которых направлены на активизацию рыночных отношений в сфере инноваций. Прежде всего, это инновационные банки, патентные и лицензионные бюро, банк экспертов и т. д.

Одной из составляющих успешного внедрения новой технологии является запатентованная разработка. Патент – это документ, который удостоверяет право автора изобретения владеть, использовать и распоряжаться объектом своей интеллектуальной собственности. Для охраны прав изобретателя государство выдает патенты на изобретение, а в случае использования этого изобретения без разрешения владельца патента, нарушитель несет правовую ответственность [4, с. 10]. Однако и здесь возникают нерешенные вопросы, ведь процесс получения патента является сложным, требует много времени и финансовых затрат.

Процедура регистрации изобретения состоит из следующих основных этапов:

1. Проведение патентного поиска по сокращенному регламенту в базах данных Украины и России или по расширенному регламенту в базах данных Украины, России, США, Франции, Германии, Великобритании и других стран с целью определения целесообразности патентования, а также для поиска прототипа и ближайших аналогов.

2. Подготовка комплекта документов на представление заявки для патентования изобретения. Согласно правилам составления заявки на изобретение или полезную модель, сначала необходимо сделать их грамотное описание с разъяснением формулы изобретения [4, с. 11].

3. Подготовка ходатайства о проведении квалификационной экспертизы изобретения, которая определяет новизну, уровень техники и промышленную применимость. По результатам экспертизы принимается решение о выдаче патента на изобретение и, если решение положительное, уплачивается сбор за публикацию о выдаче патента на изобретение и пошлины за получение такого патента.

На данный момент в Украине практически отсутствуют частные инновационные фонды, а возможности Государственного агентства по инвестициям и инновациям ограничены. Теоретически коммерческие банки могут выдавать кредиты для внедрения изобретений, взяв под залог патенты как нематериальные активы, но эта практика ещё не получила распространения, особенно в кризисных условиях. Нежелание банков инвестировать в изобретения связано с отсутствием в стране унифицированной методологии оценки патентов, а также обоснованной специалистами информации о том, насколько выгодной будет инвестиция в тот или иной патент.

Выводы. Сдвиги, произошедшие за счёт информатизации и глобализации общества, обусловили мощное развитие сферы инноваций, что, в свою очередь, нашло отражение в появлении большого количества новых форм ведения инновационной деятельности.

На данный момент большинство украинских предприятий оказались неподготовленными к таким изменениям. Создание инновационного продукта – это творческий процесс, который требует много времени и инвестиций. Многие отечественные предприятия не решаются внедрять инновации из-за отсутствия необходимых средств. Развитие и стимулирование инновационной деятельности в стране возможно при условии проведения государством активных мер по оптимизации расходов государственных средств и введение программ инвестирования инновационных процессов на предприятиях.

Список использованных источников

1. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Гончаренко О. М. інноваційних технологій на стійкість функціонування підприємства / О. М. Гончаренко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.irbis-nbuv.gov.ua>
3. Лапшова О. А. Краудсорсинг бизнес-процессов – одна из стратегий современной концепции маркетинга / О. А. Лапшова // Проблемы экономики и менеджмента. – 2012. – № 4. – С. 53-56.
4. Медведкін Т. С. Інноваційний розвиток економіки України в контексті глобалізації світового ринку технологій: автореф. дис... канд. екон. наук: спец. 08.05.01 / Т. С. Медведкін. – Донецьк, 2013. – 20 с.
5. Механік О. В. Інновації, історія їх виникнення, суть та значення для підвищення конкурентоспроможності країни / О. В. Механік // Формування ринкових відносин в Україні. – 2010. – № 2 (5, 7). – С. 7.
6. Харин А. А. Основы организации инновационных процессов / А. А. Харин, И. Л. Коленский. – М.: Высшая школа, 2011. – С. 34.

УДК 061.5:334.012.23

СИСТЕМНО-ДИНАМІЧНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ТОРГІВЕЛЬНО-ПОСЕРЕДНИЦЬКІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ

КОЛОМИЦЕВА А. О.

В статті запропонована комплексна методика управління витратами на управління товарними запасами торгово-посередницького підприємства, яка дозволяє визначити оптимальні параметри поставок торговельному посереднику, що значно спрощує процес формування закупівельної діяльності.

Ключові слова: комплексне управління; прогнозування попиту; торгово-посередницьке підприємство; імітаційне моделювання; комплексна ефективність; закупівельна діяльність.

В статье предложена комплексная методика управления затратами на управление товарными запасами торгово-посреднического предприятия, которая позволяет определить оптимальные параметры поставок торговому посреднику, что значительно упрощает процесс формирования закупочной деятельности.

Ключевые слова: комплексное управление; прогнозирование спроса; торгово-посредническое предприятие; имитационное моделирование; комплексная эффективность; закупочная деятельность.

The paper proposes a complex method of cost management to manage the inventory of trade and intermediary companies, which allows you to determine the optimal parameters of supplies reseller, which greatly simplifies the process of forming procurement.

Keywords: integrated management; demand forecasting; trade-intermediary enterprise; simulation; Integrated efficiency; procurement.

Постановка завдання. Сучасна система господарювання обумовлює зміну форм і методів управління витратами підприємства, вимагає нових підходів до визначення ефективності його діяльності. Однією із складових загальної ефективності підприємства є ефективно управління витратами на утримання товарних запасів. Таким чином, стан, рух та використання товарних запасів, у тому числі багатонаменклатурних, є визначальним для забезпечення оптимального рівня витрат основної діяльності торговельно-посередницької фірми. Склад та структура запасів обумовлюють можливості підприємства з організації торгово-технологічного процесу, здійснення певної цінової, асортиментної політики. Ефективність використання запасів впливає на зміни витратної складової діяльності, а також на динаміку активів підприємства, їх оборотність і рентабельність, а структура джерел та умови фінансування запасів – на рівень фінансової стійкості торговельного підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню питань, пов'язаних з адаптацією підприємств до мінливих умов функціонування, присвячено роботи вітчизняних і закордонних учених: Т. Голованова, К. Вільямсона, Р. Ларіної, В. Лукінського, А. Коломицевої, Л. Фролової та ін.

Проте основні результати робіт не в повній мірі задовольняють вимогам розробки комплексної системи управління витратами, що враховує вплив зовнішнього і внутрішнього середовища торговельно-посередницької організації та стає актуальним завданням на сьогоднішній день. Така система повинна дозволити мінімізувати сукупні витрати організації, пов'язані з управлінням багатонаменклатурними товарними запасами. Актуальність і важливість питань застосування математичних методів для вирішення задач управління витратами на утримання запасів торговельних підприємств, недостатня теоретична і практична розробленість цієї проблеми та її значення для поліпшення функціонування посередницьких підприємств в сучасних ринкових умовах господарювання обумовили вибір напрямку проведеного дослідження.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Принциповий інтерес проблеми управління багатонаменклатурними запасами мають для торговельно-посередницьких

підприємств, які потребують специфічних інструментів адаптації до змін попиту, координації логістичних потоків в системі організаційних утворень складного рівня ієрархії; оптимізації ресурсного забезпечення логістичної адаптації з урахуванням впливу мінливих умов зовнішнього характеру.

Коло вищезгаданих проблем, викликає необхідність розробки комплексної методики управління витратами на утримання товарних багатонаменклатурних запасів торговельно-посередницького підприємства на засадах системно-динамічного підходу.

Мета статті полягає в розробці комплексної системи ефективного управління багатонаменклатурними товарними запасами торговельно-посередницької організації з урахуванням специфічних особливостей її діяльності на основі апарату системно-динамічного моделювання.

Вклад основного матеріалу дослідження. У багатьох джерелах сутність торговельно-посередницької діяльності ототожнюють із поняттям торгівлі і наголошують, що це ініціативна, самостійна діяльність щодо здійснення купівлі та продажу товарів з метою отримання прибутку. Проте в цьому визначенні не висвітлено багатогранності цієї діяльності, бо її необґрунтовано зводять до процесів «купівлі та продажу товарів». Процеси купівлі-продажу, безумовно, є важливою складовою торговельно-посередницької діяльності, але її зміст значно ширший. Адже торговельне посередництво передбачає виконання на користь виробника (продавця) значного обсягу робіт щодо пошуку контрагентів з купівлі-продажу товару, підготовки та здійснення угоди, кредитування сторін, надання гарантій реалізації товару й отримання відповідних коштів продавцем, страхування товарів та ризиків під час транспортування, проведення рекламних заходів із просування товарів на ринки, надання організаційно-комерційних, консалтингових та інших послуг. Попереднім етапом розробки комплексної системи управління логістичними витратами є ідентифікація об'єктів управління. В результаті було виділено головні, найважливіші ресурси торговельно-посередницької фірми і встановлено на цій основі пріоритети у структуризації об'єктів управління логістичної системи, що складає основу концептуальної моделі, що запропоновано на цій основі (рис. 1).

Як критерій оптимальності управління закупівлями в логістичній системі пропонується прийняти вартість повного циклу запасу, під яким пропонується розуміти інтервал часу, протягом якого матеріальний потік перебуває спочатку у формі замовлення, а потім у формі запасу (трансформованого замовлення), тобто інтервал часу між зародженням матеріального потоку і повним його споживанням.

Сукупний фінансовий потік, відповідний конкретному матеріальному потоку, буде становити суму двох груп складових і включати три елементи:

1. Витрати на закупівлю запасу – це витрати фінансових ресурсів на безпосередню закупівлю товарно-матеріальних цінностей запасу у постачальника.

2. Витрати на розміщення запасу є витратами ресурсів, необхідних для забезпечення поповнення запасу. Вони включають витрати при плануванні, здійсненні і контролі закупівлі.

3. Витрати на зберігання запасу – витрати ресурсів, необхідних для забезпечення збереження і підтримки якості товарно-матеріальних цінностей на складі підприємства [4, с. 137].

Зміна об'єму запасу на складі – основна проблема забезпечення потреби споживачів. Необхідно містити запас в такому об'ємі, щоб, не дивлячись на особливості реалізації, заповнення і використання запасу, він завжди був достатній для обслуговування споживання на заданому рівні. Поповнення запасу на складі відбувається за допомогою закупівель металопрокату у постачальників. Основними завданнями управління закупівлями є встановлення їх структури, величини і динаміки, а також ступені забезпеченості ними потреб логістичної системи, в якій попит споживача є ключовим.

Управління потоками і запасами готової продукції орієнтоване на виконання затверджених підприємством принципів збуту продукції, взаємодії із споживачами, маркетингу і дистрибуції. Ключовими категоріями перерахованих сфер діяльності на підприємстві є попит на його продукцію, замовлення споживачів і запаси продукції. Забезпечення своєчасного виконання споживчих замовлень і надання готової продукції в розпорядження споживачів відноситься, до завдань логістики і управління запасами [3, с. 92].

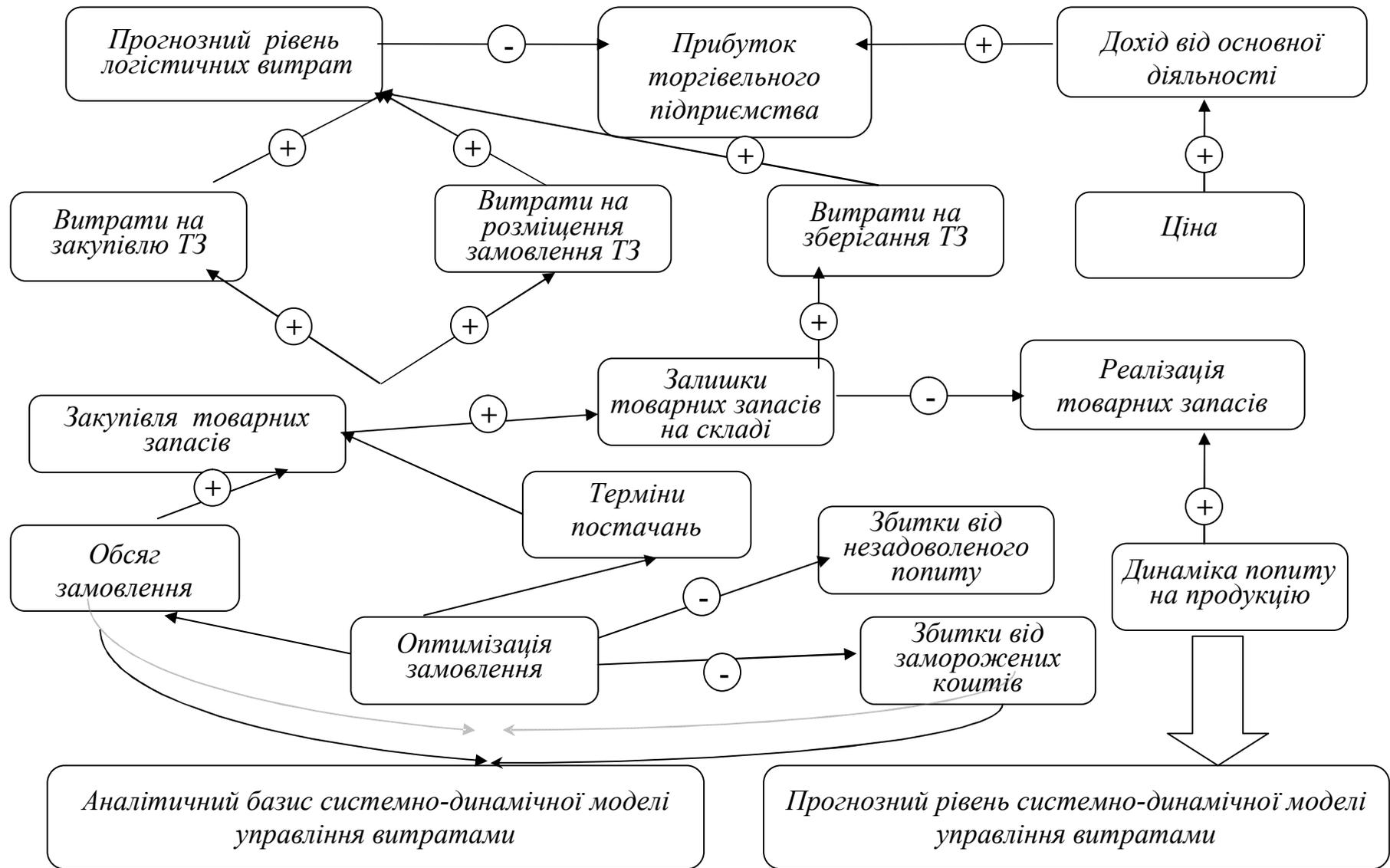


Рис. 1. Концептуальна модель системи управління витратами на утримання товарних запасів

У моделюванні функціонування ланцюга постачань на будь-якому рівні процесів управління, як динамічної системи із зворотними зв'язками, дієвим інструментом є системна динаміка, філософія якої базується на припущенні, що поведінка системи головним чином визначається її інформаційно-логічною структурою.

Побудова системно-динамічної моделі відбувається в два етапи:

1. Формалізація об'єкту дослідження і побудова причинно-наслідкової діаграми що у нашому випадку відповідає запропонованій концептуальній моделі;

2. Перетворення формалізованої моделі в математичний аналог – систему динамічних рівнянь, що і матимуть формалізований вигляд запропонованої моделі управління витратами.

Системна декомпозиція об'єкту дослідження – торгівельно-посередницького підприємства дозволило виділити наступні структурні блоки управління. Кожному з яких відповідатиме основні рівні системно-динамічної моделі: блок «Управління замовленнями», блок «Управління складом», блок «Формування логістичних витрат», блок «Оптимальний розмір замовлення», блок «Формування доходів та прибутку», блок «Формування витрат».

Розрахунки по багатомономенклатурним позиціям реалізуються за допомогою використання масивів у прикладному пакеті імітаційного моделювання Powersim. Для визначення розміру масиву необхідно розглянути структуру товарних запасів підприємства. Саме кількість товарних позицій визначає розмірність масиву. В даній роботі використовуються одномірні масиви, тобто вектори. Нижче наведені основні рівняння запропонованої моделі управління витратами (табл. 1).

Таблиця 1

**Формалізовані динамічні моделі управління витратами
торгівельно-посередницької організації**

Тип	Назва	Умовне позначення	Опис
Опис елементів блоку моделі «Процес управління замовленнями»			
Рівень	Prosrochene_zakazy	$L1_i(t) = L1_i(t_0) + \int_{t_0}^t (T11_i - T12_i) dt, (1)$	Прострочені замовлення
	Sklad	$\bar{L2}$	Склад підприємства
Змінна	Intensivnost_vyvolnenia_zakazov	$T12_i = \text{MIN}(L2_i (L1_i + Dsr_i)), i = \overline{1, N}$	Інтенсивність виконання замовлень
	Sredniy_spros	\overline{Dsr}	Середній попит на продукції за 6 днів
Опис елементів блоку моделі «Процес управління складом»			
Рівень	Sklad	$L2_i(t) = L2_i(t_0) + \int_{t_0}^t (T21_i - T22_i) dt, (2)$	Склад підприємства
Опис елементів блоку моделі «Оптимізація замовлення»			
Рівень	Spros_za_30_dney	$D_i(t) = D_i(t_0) + \int_{t_0}^t (Dsr_i - TD2_i) dt (3)$	Об'єм замовлень за 30 днів
Опис елементів блоку моделі «Процес утворення витрат»			
Рівень	Prosrooche nye_zakazy	$\bar{L1}$	Прострочені замовлення
	Shtrafy_za_period	$L3(t) = L3(t_0) + \int_{t_0}^t (\sum_{i=1}^N T31_i) dt (4)$	Загальні штрафи за недопоставку продукції за період імітації моделі

Змінна	Stoimost_razmeschenia_zakazov_za_period	$L3(t) = L3(t_0) + \int_{t_0}^t (\sum_{i=1}^N T31_i) dt$ (5)	Вартість розміщення замовлень за період імітації моделі
	Zatraty_na_hraneniye_za_period	$L5(t) = L5(t_0) + \int_{t_0}^t (\sum_{i=1}^N T51_i) dt$ (6)	Загальні витрати на зберігання за період імітації моделі
	Zatraty_na_zakupku_za_period	$L6(t) = L6(t_0) + \int_{t_0}^t (\sum_{i=1}^N T61_i) dt$ (7)	Витрати на закупівлю продукції за період імітації моделі
Опис елементів блоку моделі «Процес отримання виручки і прибутку»			
Рівень	Nakoplenaya_pribyl	$L7(t) = L7(t_0) + \int_{t_0}^t (T71) dt$ (8)	Загальний прибуток від реалізації продукції за період імітації моделі
	Nakoplenyi_dohod	$L8(t) = L8(t_0) + \int_{t_0}^t (T81) dt$ (9)	Загальний дохід від реалізації продукції за період імітації моделі
Опис елементів блоку моделі «Формування витрат»			
Рівень	Nakopleniye_rashody	$L9(t) = L9(t_0) + \int_{t_0}^t (T91) dt$ (10)	Загальні витрати підприємства за день

Таким чином запропонована модель дозволяє мінімізувати загальні змінні витрати, пов'язані із замовленням і зберіганням запасів, а також оперативно реагувати на зміни попиту на продукцію і управляти закупівельною політикою торговельного підприємства.

Оцінка ефективності управління товарними потоками являється важливим елементом тестування моделі управління багатонаменклатурними запасами підприємства як на етапі кількісної та якісної оцінки результатів (досягнення поставлених цілей), так і на етапі та планування постачань продукції, а також корегування планових показників відповідно до зміни зовнішнього та внутрішнього середовища, здійснення підприємницької діяльності торговельно-посередницькою організацією. На рис. 2 наводяться основні показники ефективності діяльності системи комплексного управління витратами.



Рис. 2 Показники ефективності діяльності системи

Таким чином запропонована модель управління витратами на обслуговування багатоменклатурних товарних запасів торговельно-посередницької організації, що може розглядатися в якості основи для її подальшого розвитку залежно від потреб підприємства в аналізі певних ситуацій. Вона може бути розширена за рахунок збільшення розмірності для відображення декількох видів продукції чи повного переліку товарних позицій, використання додаткових чинників управління запасами, стрибкоподібних змін і сезонних коливань попиту, а також детальнішого обліку замовлень споживачів, перш за все засобами їх ранжування.

Висновки. Дослідження показали, що застосування запропонованого підходу до управління витратами на торговельно-посередницькому підприємстві приводить до отримання наступних резервів скорочення витрат та появи певного економічного ефекту.

УДК 338.001

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

ОМЕЛЬЯНОВИЧ Л. А.,
д. э. н., проф. Донецкого
национального университета
экономики и торговли
им. М. Туган-Барановского

В статье освещен зарубежный опыт финансовой поддержки малого предпринимательства. Проведен анализ общих черт и особенностей формирования и развития финансовой инфраструктуры в зарубежных государствах. Сделаны выводы о необходимости этой деятельности в каждом государстве, разработаны основные меры по адаптации и использованию зарубежного опыта в практике малого предпринимательства и его финансовой поддержке.

Ключові слова: финансовая поддержка; малое предпринимательство; финансовая инфраструктура; развитие.

В статье освещён зарубежный опыт финансовой поддержки малого предпринимательства. Проведён анализ общих черт и особенностей формирования и развития финансовой инфраструктуры в зарубежных государствах. Сделаны выводы о необходимости этой деятельности в каждом государстве, разработаны основные меры по адаптации и использованию зарубежного опыта в практике малого предпринимательства и его финансовой поддержке.

Ключевые слова: финансовая поддержка; малое предпринимательство; финансовое инфраструктура; развитие

В статье освещен зарубежный опыт финансовой поддержки малого предпринимательства. Проведен анализ общих черт и особенностей формирования и развития финансовой инфраструктуры в зарубежных государствах. Сделаны выводы о необходимости этой деятельности в каждом государстве, разработаны основные меры по адаптации и использованию зарубежного опыта в практике малого предпринимательства и его финансовой поддержке.

Keywords: финансовая поддержка; малое предпринимательство; финансовое инфраструктура; развитие.

Актуальность исследования состоит в том, что развитие малого предпринимательства требует внимания государства. Стоит вопрос перед учеными и практиками: необходима ли малому предпринимательству инфраструктура поддержки, в частности финансовая

инфраструктура. В этой связи возникает потребность в исследовании опыта формирования и развития финансовой инфраструктуры малого предпринимательства в развитых западных странах, анализе этого опыта и адаптация его отечественным реалиям.

Основное содержание. Особенности экономики различных государств определяют специфику финансовой поддержки малого предпринимательства, формирует особую среду развития тех видов деятельности, где социально-экономический эффект должен быть максимальным. Негосударственная финансово-кредитная поддержка малого предпринимательства в Европе характеризуется значительным влиянием международных финансовых институтов. В Европейском Союзе действует ряд программ кредитования Европейским банком реконструкции и развития (ЕБРР), Немецким банком реконструкции и другие. Средняя сумма займов микрокредитов колеблется от 10 до 50 тыс. евро, максимальный размер ссуды составляет 250 тыс. евро.

Следует отметить тот факт, что кредитование малых предприятий в европейских странах поощряется системой льгот и вознаграждений. Так, банки, работающие по программам микрокредитования ЕБРР демонстрируют в своих портфолио безупречные результаты, имеют право на выгодных условиях получить ассигнования в размере 3,5-4,5 от суммы предоставленных кредитов. Кроме того, для стимулирования предоставления кредитов малым предприятиям в ряде стран применяются механизм льготного налогообложения и системы обязательного резервирования. Например, в Германии в качестве льгот применяются специальные нормы амортизационных отчислений, резервов прибыли, вообще освобождаются от налогообложения [4].

Ещё одной особенностью кредитования малого предпринимательства за рубежом является использование программ сокращенного предоставления кредита, это предполагает уменьшение перечня необходимых документов, сокращение срока рассмотрения заказ и т. д. Такая политика кредитных отношений способствует привлечению новых клиентов и сохранению старых, в результате, обеспечивает прибыльность банка и предоставляет возможности развиваться малому сектору экономики. В [4] в качестве примера этих мер приводится деятельность State Central Bank, клиенты которого в случае необходимости могут получить кредит только по телефонному звонку без единого документа.

Во многих странах банковские круги воспринимают представителей малого бизнеса как серьезных партнеров, потому что предоставление кредитов таким предприятиям, конечно при условии грамотного управления рисками, является прибыльным видом бизнеса (так, более 90% клиентов ведущих немецких банков Deutsche и Dresdner Bank приходится на малые и средние предприятия). Учитывая это, банки начинают активные действия по поиску клиентов, поэтому чаще всего поддержка этого сегмента клиентов выходит далеко за рамки финансовых услуг. Один из крупных американских банков Wachovia расширил перечень своих услуг настолько, что занимается консалтинговой, аудиторской деятельностью, помогает клиентам решить проблемные вопросы менеджмента, маркетинга, создать сеть представительств и т. д.

Наряду с этим, в экономически развитых странах, несмотря на более высокую культуру ведения бизнеса, также существует проблема кредитных рисков, в том числе невозврата кредитов. Во Франции она решается с помощью обществ взаимного поручительства. Как отмечает А. В. Кужель, «механизм не только материально-имущественный, но и социально-профессиональной ответственности клиента ... эффективно и широко практикуется в разных странах». В ряде стран значительную роль в решении этого вопроса принадлежит государству, которое берет на себя ответственность за возврат кредита, для тех предприятий, которые выполняют госзаказ. Главный недостаток этого варианта – малое количество предприятий, привлекаемых к выполнению определенных задач. Также распространена практика обеспечения кредитов специализированными фондами, но она ограничена объемом финансовых ресурсов учреждения.

Подводя итог, следует отделить такие особенности кредитования малого предпринимательства в экономически развитых странах:

- взаимоотношения между банком и клиентом переходят в плоскость тесного партнерского работы (упрощенная система кредитования, расширен перечень услуг, всесторонняя поддержка предприятия в решении проблемных вопросов);

- распространяется использование механизма стимулирования банков, занимающихся микрокредитованием;

- объединение банковских учреждений в ассоциации по поддержке малых и средних предприятий, основными задачами которых является рефинансирование, перераспределение рисков, оказание консультативной помощи (как пример, ассоциация NEFI в Европе).

Характерно, что в России, как и в Украине, возможности малых предприятий получить банковский кредит ограничены по причине того, что банки выдвигают требования к малым предприятиям по предоставлению гарантий возврата кредита. Банковский сектор России преимущественно ориентирован на сотрудничество с крупными предприятиями, что существенно повышает издержки кредитования малых предприятий и приводит к повышению ставок по кредитам. Наряду с этим, в стране остро стоит проблема обеспечения кредитными ресурсами деятельности малых предприятий и предпринимателей без образования юридического лица в малых суммах для пополнения оборотных средств. Для преодоления указанной проблемы в России также работают программы микрокредитования при содействии фонда поддержки малого предпринимательства и международных организаций [7].

Далее целесообразно рассмотреть роль лизинговых услуг для малого предпринимательства в зарубежной практике. Как уже ранее было отмечено, лизинг представляет собой финансовую операцию, сочетающий в себе элементы аренды и кредита. Не следует отбрасывать высокую роль лизинга в обновлении материально-технической базы экономики разных стран, а как альтернативную форму обеспечения основными средствами малых предприятий.

Следует помнить то, что экономические отношения Украины по формированию финансовой инфраструктуры имеют недостаточно давнюю историю, поэтому такая форма арендно-кредитных отношений, как лизинг, на сегодняшний день получила недостаточное по сравнению с западными странами развитие, где лизинг стал использоваться уже более 50 лет.

Обратимся к истории. В США лизинг появился ещё в 50-х годах XX века. Быстрое развитие лизинга был обусловлено несколькими причинами, а именно: введением норм ускоренной амортизации на объекты лизинга, а также установлением инвестиционных налоговых льгот. Кроме этого, до 1977 г. в официальной отчетности предприятия могли не учитывать стоимость оборудования, взятого в лизинг. Следствием подобного шага было ряд злоупотреблений, при которых предприятия, имевшие большой долг, могли дополнительно брать оборудование, не показывая уже существующую сумму задолженности. После некоторых налоговых реформ экономическая выгода лизинга снизилась, но развитие его в стране не прекратился. Во-первых, потому что погашение лизинговых сделок имеет большую гибкость, чем, например, погашение обычных займов, и, во-вторых, многие лизинговые компании лучше знают оборудование, чем другие кредиторы. Наиболее крупными американскими лизинговыми компаниями являются: Bank Amerilase Group, Golodetz Trading Corp., Security Pasific Group, Considar Corp [3].

В Великобритании лизинг начал развиваться только в 70 гг. XX века после введения налоговых льгот. Компании могли отнимать 100 % инвестиций из налогооблагаемой прибыли в году, в котором они осуществлялись. Налоговая инвестиционная льгота не была бесплатной, она возвращалась через налоги на арендные платежи.

В апреле 1967 была создана первая французская лизинговая компания. Сегодня во Франции развивается лизинг самолетов и вертолетов, судов и барж, подъемно-транспортного оборудования, контейнеров, вычислительной техники, медицинского оборудования, полиграфического и большого промышленного оборудования. Лизинг недвижимости также определяется законом 1966 г. В 1967 г. Во Франции было создано Общество операций с недвижимостью в сфере промышленности и торговли (СИКОМИ). Лизинговым компаниям СИКОМИ предоставляет налоговые льготы: на 85 % прибыли освобождение от налога, ускоренная амортизация и др. [6].

Интересно, что в Австрии лизинг также получил широкое распространение, при этом средний срок аренды составляет не более 15 лет, в соответствии с экономически целесообразного срока службы предмета лизинга. Для использования налоговых льгот необходимо, чтобы срок договора по лизингу был не менее 40 % общего периода использования оборудования. Одной из ведущих лизинговых фирм является «Райфайзен

лизинг». Таким образом, можно отметить, насколько весомым фактором, с точки зрения льготного налогообложения, является лизинг в расширенном воспроизводстве крупных компаний и техническом вооружении малых предприятий.

В последнее время в России рынок лизинговых услуг в секторе малого предпринимательства набирает обороты, в частности, с малым предпринимательством сотрудничает более 60 % лизинговых компаний, объём лизинговых сделок ежегодно увеличивается. Однако максимальный объём лизинговых сделок заключается на срок не более трёх лет. Это обусловлено несколькими причинами: *во-первых*, обоюдным нежеланием лизинговых компаний и представителей малого бизнеса заключать сделки на длительные сроки в условиях отсутствия чёткой политики в отношении малого бизнеса; *во-вторых*, спецификой оборудования, которое получают в лизинг предприниматели. В основном, это легковой и грузовой автотранспорт. Менее популярным, но сравнительно распространённым является также лизинг оборудования для пищевой промышленности, лизинг торгового и полиграфического оборудования, а также лизинг дорожно-строительной техники, деревообрабатывающего и складского оборудования.

Значительную роль в развитии малого предпринимательства в западных странах сыграли инновационные структуры, к которым можно отнести бизнес-инкубаторы, инновационные центры, технологические парки и, как высшую форму проявления, технополисы.

Весомым является тот факт, что за рубежом именно кризисные ситуации были толчком к развитию сети объектов инновационной инфраструктуры. Так, когда в начале 80-х годов Великобритании поразила кризис в текстильной и угольной промышленности, Маргарет Тэтчер приняла решение создать в регионах кризиса технопарки вблизи университетов. Сегодня Великобритания, как и большинство стран, выбрала инновационный путь развития, где значительное место отведено и малым предприятиям. В реализации такой политики особое место занимает программа «Инновационного финансирования», которая ориентирована на предоставление финансовой поддержки малым предприятиям, участвующих в разработке инновационных идей, способствующих росту производства, защиты окружающей среды, экономии энергии и повышению конкурентоспособности страны, а также соответствующие региональным или национальным приоритетам. Такая финансовая поддержка активизирует участие малых предприятий на ранних стадиях разработки перспективных научных проектов, обладающих высоким коммерческим потенциалом. Помощь предоставляется предпринимателям, которые не в состоянии самостоятельно покрыть расходы для:

- выполнение научно-исследовательских работ, включая обеспечение защиты прав интеллектуальной собственности, проверку концепции, маркетинговые исследования, капитальные расходы, связанные с изготовлением прототипа и демонстрационного макета;
- привлечение партнеров, консультантов и патентных поверенных, участвующих в научно-исследовательских работах;
- изготовление демонстрационных макетов инновационных разработок с применением новых технологий;
- снижение административных расходов при реализации крупными компаниями инновационных проектов, приносящих большие экономические выгоды и обеспечивают защиту окружающей среды.

Французская региональная сеть инновационных центров также занимается трансфертом и распространением технологий, хотя эта деятельность сосредоточена на наиболее развитой части рынка малых предприятий (компаниях, занятых разработкой технологий). Инновационные центры во Франции имеют отраслевую ориентацию.

В Германии существует децентрализованная сеть инновационных центров. Каждый регион имеет свою структуру и даже внутри одного региона возможно существование нескольких организаций, занимающихся продвижением инновации. Финансирование организаций – смешанное, государство оказывает поддержку в виде субсидий, кредитования, грантов.

Поддержка инновационно-инвестиционной деятельности малых предприятий в Нидерландах организована с помощью централизованной (то есть в разных регионах инновационные центры координируются центральной организацией) сети инновационных

центров, финансируется национальным правительством. В рамках этой сети хорошо развита система информационного обмена. Внимание голландских инновационных центров, в основном, сосредоточена на помощи малым предприятиям, медленно воспринимают новейшие технологии.

Итак, спектр услуг инновационными центрами западноевропейских стран, достаточно многогранен и начинается, как правило, по решению таких традиционных задач, как передача технологий, патентования, лицензирования и финансирования, инновационный и технологический менеджмент, развитие новых видов деятельности и создание рабочих мест, поддержка региональных инициатив (оценка региональных планов технологического развития, бизнес-парков, участие в торговых ярмарках, привлечение иностранных капиталовложений, проведение семинаров).

В США начало создания технопарков было положено в начале 50-х годов. На сегодняшний день в США насчитывается более 160 технопарков (или более 30 % от общего количества технопарков в мире) [1]. Однако, причины их создания также связаны с негативными тенденциями в социально-экономических отношениях. Например, исследовательский парк Эванстон (штат Иллинойс) был создан по следующим причинам: снижение конкурентоспособности производимой в штате продукции; рост безработицы; отток высококвалифицированных специалистов и учёных за пределы штата; сокращение налоговых отчислений, приостановило поддержку науки и образования.

В конце 80 гг. XX в. бурное развитие технопарков и бизнес-инкубаторов получено в Китае; этот процесс стимулировала наличие в государстве большого количества (более 1000) свободных экономических зон, а также утверждение и реализация программ развития высокой науки и техники [5]. Основное назначение инновационных структур – стимулирование высокотехнологичных производств и продвижение продукции на рынок, в том числе и внешний, привлечения в страну иностранных инвестиций, технологий.

Значительное влияние на привлечение фирм (вне зависимости от форм их собственности) в развитии технопарков имеют стимулирующие действия государства:

- снижение подоходного налога до 15 % от его обычной величины, а для фирм, 70 % продукции которых направляется на экспорт, до 10 %;
- созданные предприятия освобождаются от уплаты налогов на два года с момента аккредитации;
- фирмы освобождаются от экспортных налогов при реализации продукции на внешние рынки [2].

Развитие инновационно направленных организаций (бизнес-инкубаторов и технопарков) получил развитие и на территории стран бывшего Советского Союза. Рассмотрим опыт ближайших соседей Украины – России и Белоруссии.

В конце 80-х – начале 90-х годов началось формирование первой волны российских технопарков. Большое количество их была организована при высших учебных заведениях. Такие технопарки не имели развитой инфраструктуры, недвижимости, подготовленных команд менеджеров. Первый технопарк в Российской Федерации – «Томский научно-технологический парк» – был создан в 1990 году. Сейчас по количеству технопарков Россия занимает пятое место в мире, более 60 технопарков действуют в 35-ти её регионах. Несмотря на это, в России технопарков пока еще очень мало, их количество, а главное, материальная и финансовая база не обеспечивают реализацию даже имеющегося интеллектуального потенциала и спроса на инновационную продукцию. В России и Белоруссии также создаются бизнес-инкубаторы, основной задачей которых является «выращивание» новых фирм. Бизнес-инкубаторы России и Белоруссии осуществляют свою деятельность по следующим направлениям:

- предоставление в аренду специально оборудованных под офисы и производство помещений субъектам малого предпринимательства, начинающих свою деятельность;
- предоставление в аренду (частичное использование) офисного оборудования и другого недвижимого имущества;
- предоставление субъектам малого предпринимательства услуг как общего, так и специализированного финансового и коммерческого характера, а именно: оценка и отбор предпринимательских проектов; поиск партнеров, инвесторов и кредиторов; информационное обслуживание субъектов малого предпринимательства; проведение маркетинговых

исследований; предоставление консалтинговых услуг; содействие внедрению современных технологий, укреплению связей научно-исследовательских и учебных учреждений с промышленностью; финансовая помощь субъектам малого предпринимательства в установленном законодательством порядке; подготовка и переподготовка кадров для субъектов малого предпринимательства; осуществление иной деятельности, не противоречащей задачам инкубатора и не запрещенной законодательством.

Таким образом, объекты инновационной инфраструктуры в разных странах имеют схожие функциональные характеристики:

- интеграция деятельности научно-технических центров, промышленности, региональных и местных органов управления и власти;
- генерация новых рабочих мест;
- малые и средние предприятия являются связующим звеном, с помощью которого происходит трансфер инновационных технологий от научных центров к производителю;
- поддержка малых предприятий, в том числе и занимающихся производством инновационной продукции.

Следует отметить, что в поддержке малого предпринимательства отдельную нишу занимают государственные органы и государственные организации. Анализ мирового опыта свидетельствует о том, что деятельность государства в указанном направлении заключается не только в нормативно-правовом регулировании малого предпринимательства, но и характеризуется осуществлением органами местной власти вместе с центральными, непосредственной финансовой поддержке этого сектора экономики.

На сегодняшний день в развитых странах сложилось два основных направления финансирования малого предпринимательства – американский и немецкий. Американская модель предполагает прямую непосредственную поддержку малых предприятий за счет государственных средств, при этом в экономической системе имеет место сосуществование государственного и частного финансирования малого бизнеса. По немецкой системе происходит государственное финансирование частных финансовых институтов, осуществляющих кредитование малого бизнеса по программам микрокредитования.

Значительных успехов в государственной поддержке достигли США, где действия проводятся по следующим направлениям:

1. Содействие в предоставлении займов для малого бизнеса. В 1953 Конгрессом США было создано Управление по делам малого бизнеса. Именно через эту организацию государство предоставляет гарантии финансовым учреждениям, кредитующих малые предприятия. Максимальная сумма займа составляет 2 млн. Долларов; максимальная сумма гарантии Управление – 1 млн. долларов. Гарантийная плата зависит от суммы и срока займа.

2. Для займов на срок до одного года гарантийная плата составляет 0,25 % от доли Управления по делам малого бизнеса. Заём малым предпринимателям предоставляется на срок до 10 лет на оборотный капитал, до 25 лет – на финансирования основного капитала. По программе «504» осуществляется расширение и модернизация малых предприятий, которые уже действуют. После анализа деятельности компании по данной программе предоставляется долгосрочный кредит для приобретения недвижимого имущества, оборудования, технологий. Гарантия предоставляется под 40 % займа, а максимальная сумма её не должна превышать 1 млн. долл. США.

3. Сотрудничество с малыми предприятиями с помощью госзаказа. Государством в 2003г. Приобретено товаров (работ, услуг) на сумму 247 млрд. Долларов, при этом малый бизнес получил госконтрактов на сумму более 62700000000. Долл. Существует практика проведения тендеров на получение госконтракта; конкурсы проводятся весь год; информацию обо всех условиях предприниматели могут получить на специальном сайте в сети Internet.

4. Консалтинговая деятельность. При Управлении по делам малого бизнеса создана Ассоциация консультантов – SCORE, задачей которой является бесплатное консультирование бизнесменов, а также проведение тренингов и семинаров. Стоимость тренингов – 30-40 долл. за 5 лекций.

Малые и средние предприятия Франции, составляют почти 99 % от общего количества предприятий, имеющих доступ к 1500 видов поддержки государства. Финансовая помощь предпринимательству здесь осуществляется с помощью субсидий, льготных кредитов. Во

Франции государство также выполняет роль гаранта перед кредитными организациями, для этого создаются специальные организации с единым центром – SOFARIS. Гарантии предоставляются предприятиям с оборотом не более 1 млрд. Евро, объем гарантийных сумм – от 49 до 75 %.

Косвенная поддержка малого предпринимательства заключается в установлении льготного режима налогообложения (освобождение от налога на прибыль, налога на застроенную территорию), норм ускоренной амортизации, льгот предприятиям-экспортерам, научно-исследовательским центрам и т. п.

Довольно интересное отношение правительства Великобритании к проблемам этого направления. Особенностью финансовой поддержки малого предпринимательства правительством этой страны является помощь стартап-предприятиям в доступе к финансовым ресурсам, поддержке инновационных разработок для создания новых продуктов и услуг, а также развития экспортных возможностей сектора малого предпринимательства. К важнейшим мероприятиям, обеспечивающим достижение приоритетных целей развития малого предпринимательства, можно отнести ряд программных документов:

- программа «Развития способности к поиску источников финансирования», которая ориентирована на предоставление предпринимателям необходимых знаний и опыта в финансовом менеджменте. Программой предусмотрено оказание консультационной и организационной поддержки в поиске наиболее приемлемых источников финансирования;

- программа «Долговое финансирование» нацелена на предоставление займов на сумму до 250000 фунтов без гарантий для малых предприятий, разработали жизнеспособные бизнес-планы, однако не имеют кредитной истории или соответствующего залогового обеспечения для получения коммерческого кредита. Такая помощь оказывается вновь или тем предприятиям, действующим не более пяти лет, с числом занятых менее 250 человек и ежегодным оборотом до 5,6 млн. фунтов;

- программа «Субсидирование капитальных инвестиций», направленная на оказание поддержки инвестиционных проектов малых предприятий, работающих в депрессивных районах. Программой предусматривается предоставление грантов или специальных льготных займов для обучения специалистов и приобретения оборудования с целью повышения производительности и увеличения числа рабочих мест.

Интересен также опыт Японии в поддержке и развитию малых предприятий. Сектор малого предпринимательства играет важную роль в экономике государства: малыми предприятиями ежегодно создается до 60 % валового внутреннего продукта, и занято почти 70 % населения страны. Поэтому вопросам развития и эффективности работы малого предприятия уделяется значительное внимание со стороны государства, для чего создана разветвленная инфраструктура государственных учреждений по поддержке малых предприятий. На сегодняшний день в ее состав входят восемь венчурных, 59 региональных и 261 муниципальных центров поддержки малого предпринимательства, агентство SMRJ, а также ряд исследовательских институтов, информационных служб и кредитно-финансовых организаций.

С целью повышения эффективности государственной поддержки малого предпринимательства в 2004 г. было создано административное агентство «Организация поддержки малого предпринимательства и инновационного развития регионов Японии» (SMRJ), в состав которой входят девять институтов усовершенствования технологий и управления малыми предприятиями, четыре технопарки и ряд бизнес-инкубаторов. В указанной структуре работает более 3000 сотрудников, уставный фонд организации составляет примерно 10,25 млрд. долл., а ежегодный бюджет – 233 млрд. долл. Финансовая помощь правительственными структурами Японии направлена на поддержку вновь малых предприятий путем предоставления беспроцентных кредитов предприятиям, срок существования которых не более пяти лет; венчурных предприятий (так, на начало 2007 г. при государственной поддержке было открыто почти 1000 инновационно направленных предприятий), предприятий, производящих модернизацию, а также тех субъектов, действующих на территории депрессивных районов.

Представляет интерес осуществление финансовой помощи в странах СНГ. Так, государственная поддержка малого предпринимательства в России и Белоруссии похожи.

Реализацию государственной политики по поддержке предпринимательства и координацию деятельности местных органов государственного управления, местных исполнительных и распорядительных органов в области развития предпринимательства в России выполняет Министерство Российской Федерации по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства и Федеральный фонд поддержки предпринимательства, а в Республике Беларусь – Департамент по предпринимательству Министерства экономики Республики Беларусь.

Поддержка предпринимательства со стороны центральных органов власти этих государств направлена на совершенствование нормативно-правовой базы, определение стратегических направлений развития предпринимательства, выделение ресурсов финансовой поддержки, как малых предприятий, так и организаций инфраструктурной поддержки. Реализация же конкретных мер происходит на местах, где в каждом регионе, области, городе действуют специализированные организации. Так, например, в Гомельском облисполкоме работает Совет по содействию малому бизнесу, основной задачей, которой является предоставление организационной, нормативной и финансово-кредитной поддержки малому бизнесу.

В Москве с начала 90-х гг. XX в. под эгидой правительства города основано идентичное учреждение – Департамент поддержки и развития малого бизнеса, г. Москва (с 2008 г. Департамент поддержки и развития малого и среднего бизнеса, далее Департамент). Положением о Департаменте определено, что он представляет собой уполномоченный орган исполнительной власти г. Москвы и обеспечивает реализацию государственной политики по вопросам развития малого и среднего предпринимательства. Деятельность Департамента заключается в предоставлении государственной поддержки малым и средним предприятиям и координационной работе с целью снижения административного давления на предпринимателей. Представляет интерес то, что в компетенцию Департамента относятся полномочия по разработке проектов законов и других нормативно-правовых документов, касающихся государственной поддержки малого предпринимательства, программ развития малого и среднего предпринимательства. Он участвует в разработке проекта Закона о бюджете г. Москвы, принятии решений по вопросам предоставления субъектам малого и среднего предпринимательства в аренду и собственность государственного имущества. Его важной функцией является функция контроля проверок предпринимателей контролирующими органами на предмет выявления нарушений с их стороны. Кроме того, Департамент способствует развитию инфраструктуры поддержки предпринимательства, реализации просветительских программ для предпринимателей. Таким образом, деятельность Департамента включает более широкий спектр функций, чем аналогичные отечественные организации, отрицая благоприятные условия развития предпринимательства.

Выводы. Изучение зарубежного опыта финансовой поддержки малого предпринимательства позволяет утверждать о необходимости данной деятельности в любой стране. Это обусловлено существованием основной проблеме почти всех малых предприятий – недостаточностью финансовых ресурсов. К основным мероприятиям, которые могут быть приспособлены к отечественным условиям, в первую очередь, необходимо отнести формирование целевых программ с целью адресного направления бюджетных средств, выделяемых на поддержку малых предприятий (например, малых предприятий, осуществляющих научно-инновационную деятельность, или деятельность, связанную с решением проблемных вопросов определенной территории и тому подобное).

Усиленного внимания требуют начинающие предприниматели, для сотрудничества с которыми необходимо привлекать банковские и небанковские финансово-кредитные учреждения за помощью законодательно установленных стимулов, налоговых льгот, амортизационной политики и тому подобное. Следовательно, в решении указанных вопросов центральная, регулирующая роль должна принадлежать государственным органам власти.

Список использованных источников

1. Жилінська О. І. Розвиток інноваційної інфраструктури / О. І. Жилінська, Д.В. Чеберкс // *Фінанси України* – 2005. – № 7. – С. 57.

2. Запатрина И. В. Есть ли перспективы у консалтинга в Украине / И. В. Запатрина // Теория и практика управления. – 2004. – № 12. – С. 50-55.
3. Карасьова Н. А. Становлення та особливості розвитку лізингу в зарубіжних країнах / Н. А. Карасьова // Статистика України. – 2008. – № 1. – С. 31-34.
4. Кужель О. В. Особливості державної фінансової підтримки малого і середнього бізнесу на сучасному етапі / О. В. Кужель // Вісник НБУ. – 2004. – № 9. – С. 8.
5. Малое предпринимательство Китая [Электронный ресурс] // Аналитика малого предпринимательства – Режим доступа: http://www.giac.ru/content/document_r_FF20EE9E-95A1-4AE-B82D-C78A192FDA64.html
6. Онищук Я. В. Розвиток лізингу в Україні / Я. В. Онищук // Фінанси України. – 2005. – № 7. – С. 106.
7. Програма науково-технічного розвитку Донецької області до 2020 р. [Электронный ресурс] / <http://gfppdon.org.ua/>

УДК 330.131.7

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИХ ОСНОВ ПРОВЕДЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ПРЕДПРИЯТИЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

ПОНОМАРЁВ И. Ф.,
д. э. н., проф. Донецкого государственного
университета управления

Розглянуто роль економічного аналізу як засоба управління виробництвом, який забезпечує комплексний і науковий характер прийняття рішень для підвищення рентабельності підприємства.

Ключові слова: управління виробництвом; економічний аналіз; науково-обґрунтовані рішення; рентабельність.

Рассмотрена роль экономического анализа как средства управления производством, обеспечивающего комплексный и научный характер принятия решений для повышения рентабельности предприятия.

Ключевые слова: управление производством; экономический анализ; научно-обоснованные решения; рентабельность.

The role of economic analysis as a means of production management provides a comprehensive and scientific nature of decision-making to improve the profitability of the enterprise is considered.

Keywords: production management; economic analysis; science-based solutions; profitability.

Постановка проблеми. Економічний аналіз господарської діяльності підприємств промисловості являється важливим елементом в системі управління виробництвом, основою для розробки науково-обґрунтованих рішень і контролю з метою підвищення ефективності їх функціонування. Роль економічного аналізу як засоба управління виробництвом особливо зростає в умовах ринкової економіки. Достиження цілей виробничого підприємства здійснюється шляхом реалізації керівного впливу на об'єкт управління ресурсами і видами господарської діяльності.

Ефективний і правильний вибір методів економічного аналізу виробничих процесів дозволяє розробку і реалізацію оптимальних організаційно-технічних рішень, забезпечує зростання техніко-економічних показників підприємства. Таким чином, економічний аналіз – це функція управління, котра забезпечує комплексний і

научный характер принятия решений, направленных на увеличение объема производства, прибыли, повышения рентабельности предприятия. Взгляды на природу экономической реальности деятельности предприятий, способов её познания формирует основу стратегии экономического анализа (рис. 1).



Рис. 1. Основы стратегии экономического анализа предприятий промышленности

В процессе анализа важное значение имеет учет особенностей принятия хозяйственных решений специалистами, менеджерами. Основные направления принятия решений менеджерами на предприятиях промышленности в условиях рыночной экономики представлены на (рис. 2).

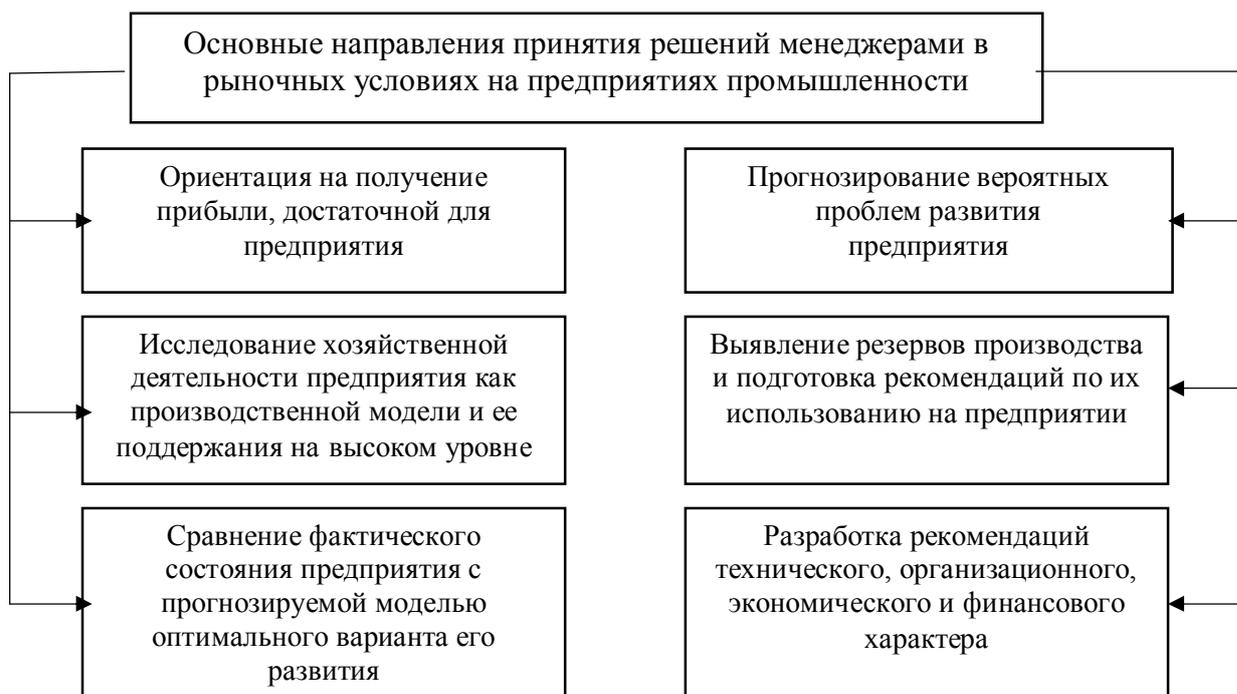


Рис. 2. Основные направления принятия решений менеджерами в рыночных условиях на предприятиях промышленности

Следует иметь в виду, что на каждом уровне управления принимаются много решений, для обоснования которых используются различные виды экономического анализа. Классификация экономического анализа имеет важное значение для правильного понимания его содержания и задач. В экономической литературе, экономический анализ хозяйственной деятельности предприятий классифицируется по различным признакам и отдельным специфическим группам (рис. 3).



Рис. 3. Классификация видов экономического анализа предприятий промышленности по его признакам

Каждая из форм экономического анализа предприятий своеобразна по содержанию, организации методам проведения. Экономический анализ, его результаты и их использование в управлении производством на предприятиях промышленности своеобразна содержанием, организацией и методике проведения. Экономический анализ, его результаты и их использование в управлении производством должны соответствовать определенным требованиям. Методологической основой проведения экономического анализа предприятий промышленности являются экономические законы, общая политика анализа, теория, стратегия, оперативно-тактические цели, методика, метод и приёмы.

На основе общей теории разрабатываются принципы, требованиями которых следует руководствоваться при плановом проведении экономического анализа на предприятия промышленности. Классификация основных принципов экономического анализа предприятий промышленности приведена на (рис. 4).

К таким принципам относятся:

1) Экономический анализ должен базироваться на государственном подходе при оценке экономических явлений, результатов хозяйствования, учитывать государственную политику и законодательство.

2) Экономический анализ должен носить научный характер, учитывать требования экономических законов развития производства, основываться на положения диалектической теории познания, достижений науки и техники.

3) Комплексность обуславливает необходимость учёта всех сторон деятельности предприятия.

4) Экономический анализ предприятия должен основываться на достоверной информации, точных аналитических расчётах и реально отражать объективную действительность.

5) Систематический подход требует изучаемый объект рассматривать как сложную систему, учитывать все внутренние и внешние связи, взаимозависимость отдельных элементов.

6) Плановость вытекает из необходимости планирования экономического анализа предприятия, распределения обязанностей между исполнителями.

7) Оперативность обуславливает необходимость умения быстро и чётко проводить экономический анализ, принимать эффективные решения по результатам анализа.

8) Демократизм обуславливает необходимость участия в проведении экономического анализа широкого круга работников предприятия, что позволяет разрабатывать наиболее эффективные мероприятия по улучшению работы предприятия.



Рис. 4. Классификация основных принципов экономического анализа предприятий промышленности

Наиболее важным методологическим вопросом в экономическом анализе предприятия промышленности является выбор способов и приёмов его проведения. Они используются для первичной обработки информации, изучения состояния исследуемого объекта, определения влияния отдельных факторов на прирост результативных показателей, подсчёта неиспользованных резервов, обобщения результатов анализа и обоснования принимаемых решений. Классификация методов приёмов экономического анализа предприятий промышленности представлена на рис. 5:

1 группа – логические приёмы и способы включают: способы сравнения, группировка, относительных и средних величин, табличный, графический, балансовый, эвристический;

2 группа – детерминированный факторный анализ (ценные подстановки абсолютных разниц, оптимальных разниц, индексный, интегральный, пропорционального деления, логарифмирования);

3 группа – экономико-математические методы (метод элементарной математики, эконометричные, математической кибернетики, последовательных операций, математического программирования);

4 группа – стохастический факторный анализ (корреляционный анализ, дисперсионный, компонентный, дискриминантный, многомерный факторный анализ);

5 группа – методы оптимизации (линейное и нелинейное программирование, теория игр, теория массового обслуживания, исследование операций).

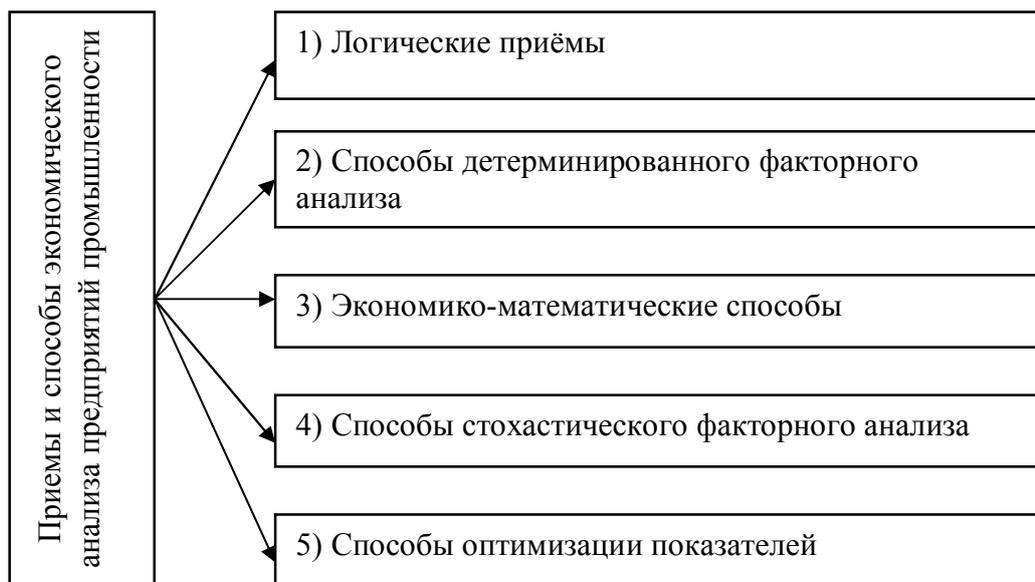


Рис. 5. Приёмы и способы экономического анализа предприятий промышленности

Наибольшим методологическим вопросом при проведении экономического анализа предприятий промышленности является определение величины влияния факторов на прирост результативного показателя. Для этих целей на практике используются такие способы детерминированного факторного анализа: способ цепной подстановки, абсолютных разниц и относительных разниц. Применение этих способов позволяет установить влияние факторов на конечные результаты путём поочередной замены базисной величины каждого фактора в объёме результативного показателя.

Индексный метод применяется в процессе анализа оптимальных показателей в динамике, которые отражают отклонение фактического уровня исследуемого показателя в отчётном периоде от его уровня в базисном периоде. Способ абсолютных разниц является моделью лиминирования, при котором влияние факторов определяется умножением абсолютного прироста исследуемого фактора на базисную величину фактора. Определение влияния факторов способом относительных разниц основан на умножении величины результативного показателя на относительный прирост первого фактора, выраженного в процентах и результативного показателя и результат делится на 100.

Важной методологической чертой экономического анализа предприятия промышленности является разработка и использование системы показателей для комплексного системного исследования причинно-следственных связей экономических явлений и процессов в хозяйственной их деятельности. В процессе экономического анализа системно, комплексно изучается и обобщается влияние факторов на результаты деятельности предприятий промышленности путем использования способов и приёмов системы показателей плана, учёта, отчётности и других источников информации с целью разработки мероприятий по повышению эффективности производства. Необходимо, чтобы конкретные данные о разных видах деятельности предприятий промышленности были увязаны между собой в единой комплексной

системе. Такое требование обусловлено тем, что в экономическом анализе предприятий промышленности используется большое количество показателей, которые характеризуют их деятельность.

По своему содержанию вся система показателей по содержанию подразделяется на количественные и качественные, которые отражаются в системе показателей плана, учёта, отчетности и других источников. При изучении причинно-следственных связей все показатели делятся на нормативные, плановые, учётные, отчётные и аналитические (оценочные). В экономическом анализе предприятий промышленности все показатели в зависимости от объёма анализа группируются в следующие подсистемы (рис. 6).

Показатели, которые образуют подсистемы подразделяются на входящие, выходящие, общие и частные. Все показатели в хозяйственной деятельности предприятий промышленности в процессе анализа рассматриваются в единой системе отдельных подсистем (блоков), которая представлена на (рис. 6).



Рис. 6. Система показателей экономического анализа деятельности предприятий промышленности

Блок подсистемы 1 – включает исходящие показатели условий деятельности предприятий промышленности (наличие материальных ресурсов, производственная структура предприятия, управления, уровень специализации и концентрации, организационно-технический уровень производства и другие).

Блок подсистемы 2 – содержит уровень спроса и предложений, конкурентную способность продукции, цен на продукцию, ёмкость рынка, рекламы и др.

Блок подсистемы 3 – это классификация и структура персонала, обеспеченность трудовыми ресурсами, показатели рабочего времени, производительность труда, фонд оплаты труда и его структура.

Блок подсистемы 4 – структура основных и производственных фондов, технический уровень производства, эффективность использования фондов, фондорентабельность, фондоёмкость, фондоотдача, средняя стоимость основных фондов, амортизация.

В блоке подсистемы 5 основными показателями являются: уровень обеспеченности материальными ресурсами, договорами, ритмичность поступления, материалоотдача, материалоёмкость. Это группа показателей тесно связана с показателями подсистемы 6, 7, 8, 9.

Блок подсистемы 6 отражает показатели производства и реализации продукции, ассортимент и структуру продукции, качество и сортность продукции, ритмичность работы, остатки готовой продукции.

Показатели подсистемы блока 7 – это затраты на производство и реализацию продукции, элементы затрат, калькуляция по статьям затрат, затраты на 1 грн. реализованной продукции.

Показатели уровня себестоимости продукции непосредственно зависят от показателей блока 8 (прибыль и рентабельность).

В последнем блоке 9 обобщаются показатели: структура баланса, размер необоротных и оборотных активов, уровень дебиторской задолженности кредиторская задолженность, сумма денежных средств и их эквивалентов, размер собственного капитала и поточных обязательств. В этом блоке даётся оценка показателей ликвидности активов, финальной устойчивости, деловой активности предприятия. Таким образом, в процессе экономического анализа взаимосвязи изучаются все показатели деятельности предприятия и достигается исследование всех сторон деятельности предприятия, взаимосвязи отдельных блоков анализа между собой и их обеспечивалось, единство результатов по каждому разделу и в целом по хозяйственной его деятельности.

Проведение экономического анализа предприятия промышленности требует чёткой организации аналитической работы, что предусматривает распределение на этапы и реальный подбор информационных источников, используемых для решения аналитических проблем. Этапы организации аналитической работы, в соответствии с анализом хозяйственной деятельности предприятия промышленности, можно сгруппировать следующим образом: первый этап – определение объекта, субъекта, составление программы анализа (цели, задач, результатов анализа, перечень информации к анализу); второй этап – сбор информации и её обработка; третий этап – разработка методики проведения экономического анализа; четвёртый этап – проведение экономического анализа и аналитическая обработка данных; пятый этап – оформление результатов экономического анализа и предоставление их заинтересованным лицам; шестой этап – разработка мероприятий по улучшению работы предприятия по результатам анализа.

Важным условием, от которого зависит действенность и эффективность экономического анализа промышленности, является планомерный характер его проведения. Поэтому на каждом предприятии вся работа по проведению анализа должна планироваться, для чего составляется комплексный план аналитической работы предприятий промышленности в целом и тематические планы. Организационные факты анализа хозяйственной деятельности определяются составом аппарата и техническим уровнем его управления.

В условиях рыночной экономики внутривозвратный анализ имеет особое значение, поскольку он выполняется по инициативе органов управленческих структур, исходя из накопленного аналитического уровня управленческого персонала. План аналитической работы предприятия обычно составляется на один год. Его разбивают поквартально и ежемесячно.

В плане намечается перечень объектов, подлежащих исследованию, определяются цели анализа, разрабатывается система показателей, анализ которых обеспечивается достижение поставленной цели, предусматривается периодичность проведения, сроки выполнения и распределяются обязанности по проведению анализа по каждому подразделению предприятия.

В плане предусматриваются также источники информационного и методического обеспечения. Планирование аналитической работы по анализу хозяйственной деятельности на предприятиях промышленности предусматривает составление комплексного плана аналитической работы предприятия и тематических планов. Тематические планы разрабатываются для более глубокого изучения по отдельным направлениям деятельности предприятия.

Важное место в организации экономического анализа занимает информационное обеспечение, которое базируется на системе экономической информации, что лежит в основе оптимальных решений. Разработка рационального потока информации должна опираться на такие основные принципы (рис. 7).

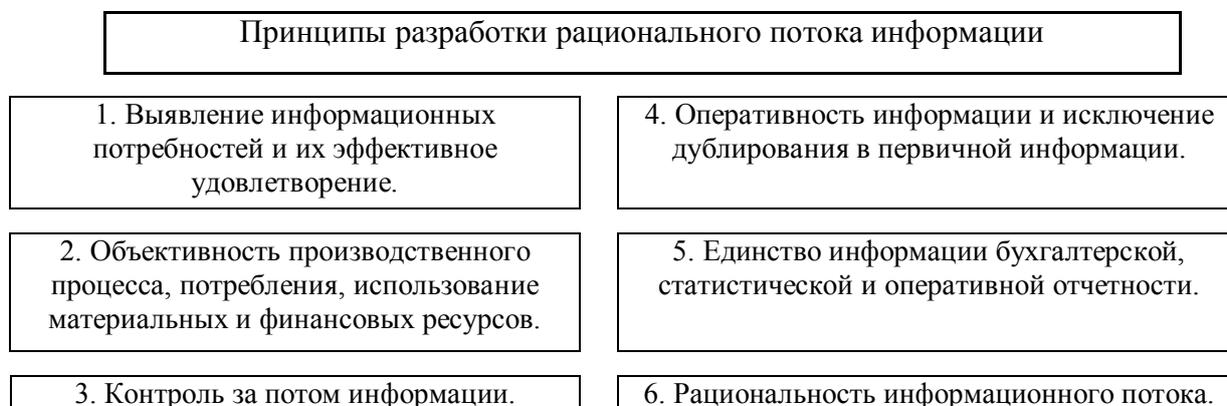


Рис. 7. Принципы разработки рационального потока информации.

Следует иметь в виду, что в процессе экономического анализа следует использовать следующие их виды:

- нормативно-плановые источники, которые включают все типы планов (перспективные, текущие, оперативные, нормативные материалы, сметы, ценники, перспективные задания и другие);
- данные статистического учёта и отчётности;
- внеучётные источники информации (официальные документы, договора, соглашения, решения арбитражных судов, техническая и технологическая документация, материалы специальных обследований, устная информация).

Не менее важным в организации проведения анализа предприятий промышленности имеет методическое его обеспечение. От использования эффективной и точной методики проведения анализа зависит его результативность. Особое значение имеет разработка собственных или адаптация готовых компьютерных программ анализа, позволяющих оперативно и комплексно исследовать результаты производственно-хозяйственной деятельности с использованием экономико-математических методов. Результаты экономического исследования деятельности предприятия в целом и его подразделений должны быть оформлены соответствующими документами. В них отражаются результаты анализа, положительные и отрицательные стороны, которые оказывают влияние на общие результаты деятельности предприятия. Результаты экономического анализа деятельности предприятий промышленности оформляются следующими документами (рис. 8).



Рис. 8. Классификация документов, оформленных по результатам экономического анализа предприятий

Пояснительная записка составляется по результатам экономического анализа для высших органов управления. В пояснительной записке дается характеристика как положительных, так и отрицательных сторон деятельности предприятия за отчетный период, раскрываются объективные и субъективные факторы, повлиявшие на

производственный процесс, финансовые результаты его работы, излагается перечень мероприятий на повышение эффективности производства в целом на будущее.

1. Результаты анализа могут быть конкретными, оформлены ввиду таблиц, диаграмм. Особое внимание уделяется рекомендациям, выводам и предложениям по результатам анализа, выявлению резервов по улучшению работы предприятия.

2. Справка – это документ, который оформляется для внутреннего использования на предприятии. Содержание справки или заключения по результатам анализа это конкретное отражение недостатков или достижений, выявленных резервов и способы их реализации.

В заключении даётся общая характеристика достигнутого уровня основных показателей, их динамика, положительные и отрицательные аспекты деятельности предприятия, отражаются причины, что их обусловили, излагается оценка влияния отдельных факторов, направленных на повышение эффективности производства, мобилизацию внутренних резервов. На практике наиболее существенные результаты экономического анализа могут отражаться в специальном документе – экономическим паспорте предприятия. Целесообразно результаты экономического анализа и разработанные на их основе рекомендации обсуждать на собраниях коллектива предприятия и его подразделений. Практическую реализацию разработанных мероприятий получают после соответствующих управленческих решений и действий менеджеров предприятия. Разработанные предположения используются при разработке оперативного, текущего или перспективного плана деятельности предприятия.

Выводы. Проведённое исследование показало, что в науке государственного управления экономический анализ занимает одну из ключевых позиций в деятельности предприятий и промышленности. Результаты проведённого исследования предоставляют возможность сформулировать следующие выводы:

1. Экономический анализ – это важнейшая функция управления деятельностью предприятия, которая обеспечивает комплексный и научный характер принятых решений, на повышение эффективности производства.

2. Установлено, что на природу хозяйственной деятельности формирует основы стратегии экономического анализа, способы изучения состояния производства, подходы к осмысливанию действий в процессе производства.

3. Проведённое исследование позволило разработать основные направления принятия решений менеджерами в условиях рыночной экономики на промышленные предприятиях.

4. Разработанная классификация видов экономического анализа по его признакам позволяет менеджерам сделать их выбор при организации, проведении и практическом использовании.

5. Установлено, что методологической основой проведения анализа промышленных предприятий являются экономические законы, общая политика анализа, теория, практика, стратегия, оперативно-тактические цели, метод, методика, приемы.

6. На основе общей теории разработано классификация основных принципов, требованиями которых следует менеджерами руководствоваться при плановом проведении экономического анализа предприятий промышленности.

7. Исследования показали, что наиболее важным методологическим вопросом в экономическом анализе предприятий промышленности является выбор способов и приемов его проведения. Для определения величины на конечные результаты на практике следует использовать способы детерминированного факторного анализа. Для этих целей на практике следует способ цепной подстановки, абсолютных разниц, относительных разниц. Применение этих способов позволяет установить влияние факторов на конечные результаты путём поочередной замены базисной величины каждого фактора в объёме каждого показателя.

8. Проведённое исследование позволило обосновать систему показателей экономического анализа, которая предоставляет возможность исследовать все стороны деятельности предприятия в взаимосвязи отдельных блоков между собой и обеспечить единство результатов по каждому разделу и в целом всех показателей по предприятию.

9. Установлено, что важным условием экономического анализа является плановый характер его проведения в оперативном, текущем и перспективном периоде.

10. Исследования показали, что важное место в организации экономического анализа предприятий промышленности занимает его информационное обеспечение, которое базируется на системе экономической информации и использования принципов разработки его рационального потока.

11. Обосновано, что особенно важным в организации проведения экономического анализа предприятий промышленности имеет методическое его обеспечение. Для этих целей разрабатываются собственные или адаптируются готовые компьютерные программы экономического анализа, которые позволяют оперативно и комплексно использовать результаты деятельности предприятий.

12. Результаты экономического анализа деятельности предприятий следует оформлять в виде пояснительных записок, справок, выводов, заключений и приказов.

Список использованных источников

1. Алиев В. Г. Теория организации / В. Г. Алиев. – М.: Экономика, 2003. – 413 с.
2. Беленцов В. М. Техніко-економічний аналіз: навчальний посібник / В. М. Беленцов, Н. В. Маєвська. – 2-ге вид. перероб. – Донецьк: ТОВ «Технопак», 2011. – 289 с.
3. Бланк И. А. Управление активами и капиталом предприятия / И. А. Бланк. – К.: Ника-центр, Эльга, 2003. – 448 с.
4. Облік, аналіз, аудит: навчальний посібник. – К.: Кондор, 2008. – 618 с.
5. Поважний О. С. Теорія економічного аналізу господарської діяльності підприємств: Підручник / О. С. Поважний, И. Ф. Пономарьов, С. С. Степанчук. – Донецьк, 2012. – 343 с.
6. Прокопенко І. Ф. Методика і методологія економічного аналізу: навчальний посібник / І. Ф. Прокопенко, В. І. Ганін. – К.: Центр навч. літ., 2008. – 430 с.
7. Прыкин Б. В. Техничко-економический анализ производства: учебник / Б. В. Прыкин. – М.: Юнити, 2000. – 398 с.
8. Савицкая Г. В. Экономический анализ / Г. В. Савицкая. – 11-изд., испр. и долог. – М.: Новое Знание, 2005. – 668 с.
9. Шеремет А. Д. Методика финансового анализа / А. Д. Шеремет, Е. В. Негашев. – (4-е изд., перераб. и доп.). – М.: ИНОРРА-М, 2012. – 218 с.

УДК 004:330.4

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННЫХ СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

**ШЕПЕЛЕНКО О. В.,
д. э. н., профессор,
АНТОНОВА В. А.,
к. э. н., доцент Донецкого
национального университета
экономики и торговли имени
М. Туган-Барановского**

В статье обосновываются рекомендации по использованию маркетинга и маркетинговых стратегий в процессе управления развитием ресторанного бизнеса. Выявляются причины отклонений перспективных планов и предложений по стратегическому развитию. Сформулированы направления, которые требуют первоочередной реализации для повышения эффективности функционирования и активизации развития ресторанного бизнеса.

Ключевые слова: маркетинг; стратегия; ресторанный бизнес; развитие; программа развития.

В статті обґрунтовуються рекомендації по використанню маркетингу та маркетингових стратегій в процесі управління розвитком ресторанного бізнесу. Виявляються причини відхилення перспективних планів та пропозицій по стратегічному розвитку. Сформульовано напрямки, які потребують першочергової реалізації для підвищення ефективності функціонування та активізації розвитку ресторанного бізнесу.

Ключові слова: маркетинг; стратегія; ресторанний бізнес; програма розвитку.

In the article grounded recommendation on the use of marketing and marketings strategies in the process of management development of restaurant business. Reasons of rejections of perspective plans and suggestions come to light on strategic developmen. Directions which require primary realization for the increase of efficiency of functioning and activation of development of restaurant business are formulated.

Keywords: marketing; strategy; restaurant business; development; program of development.

Постановка проблеми. Переход к рыночным отношениям сопровождается углублением социально-экономических преобразований в ресторанном бизнесе, который выявляет повышенный интерес к новым теориям и усилением их роли в управлении развитием. Ресторанный бизнес достаточно специфическая сфера деятельности, где, с одной стороны, одновременно присутствуют процессы производства, реализации и организации потребления, с другой, предприятия выходят на рынок в течение одного производственного цикла как покупатели разных видов ресурсов и как продавцы собственной продукции и услуг. В этой связи в современных условиях вся деятельность ресторанного бизнеса подчиняется маркетингу, его правилам и принципам. С помощью маркетинга ресторанный бизнес решает большое количество важных для устойчивого развития задач. Так маркетинговая стратегия способствует достижению рыночного согласия между производителем и потребителем, продавцом и покупателем при обоюдной выгоде и в наилучших психологических условиях.

Цель исследования. Целью настоящего исследования является обоснование взаимосвязи маркетинга с процессом управления развитием ресторанного бизнеса и месте маркетинговой стратегии в общей стратегии развития. Выяснение причин не достижения цели ранее принятых программных документов (Программы развития, Концепции развития и др.), снятие с обсуждения закона «О внутренней торговле», формулирование проблем, задач и первоочередных вопросов и возможные направления их решения для активизации развития ресторанного бизнеса.

Изложение основного материала. По мере насыщения рынка и роста потребительской культуры, развития предприятий, укрупнение бизнеса, усложняется процесс управления рыночной деятельностью и развитием. Согласование процессов маркетинга и менеджмента осуществляется во взаимосвязи с потребностями и возможностями потребителей и представляет собой целостную разноуровневую систему, где, с одной стороны, процесс формирования потребностей влияет на организацию деятельности производителя, а с другой стороны – идёт корректирование потребностей исходя из возможностей потребителей, которые постоянно меняются под воздействием факторов среды, и фактической деятельности РБ.

Ресторанный бизнес функционирует в условиях реализации различных видов стратегий. Так, стратегия развития формируется на базе конкурентной и функциональной стратегий, которые, в свою очередь, базируются на разных её видах, и маркетинговой, в частности. Выбор вида стратегии осуществляется в соответствии со сформулированными целями и миссией, а также должен учитывать существующую структуру служб, которые являются организационной составляющей данной сферы экономики. Таким образом, маркетинговая стратегия является составным элементом общей стратегии развития ресторанного бизнеса и направлен на развитие ресторанного бизнеса, на разработку, производство и доведение до потребителя продукции и услуг наиболее полно отвечающих его потребностям и возможностям (рис. 1).

Маркетинговая стратегия выступает важной составляющей и формулирует основные долгосрочные цели и задачи, согласовывает последовательность действий, а также распределяет ресурсы, необходимые для достижения этих целей и решения поставленных задач [1].

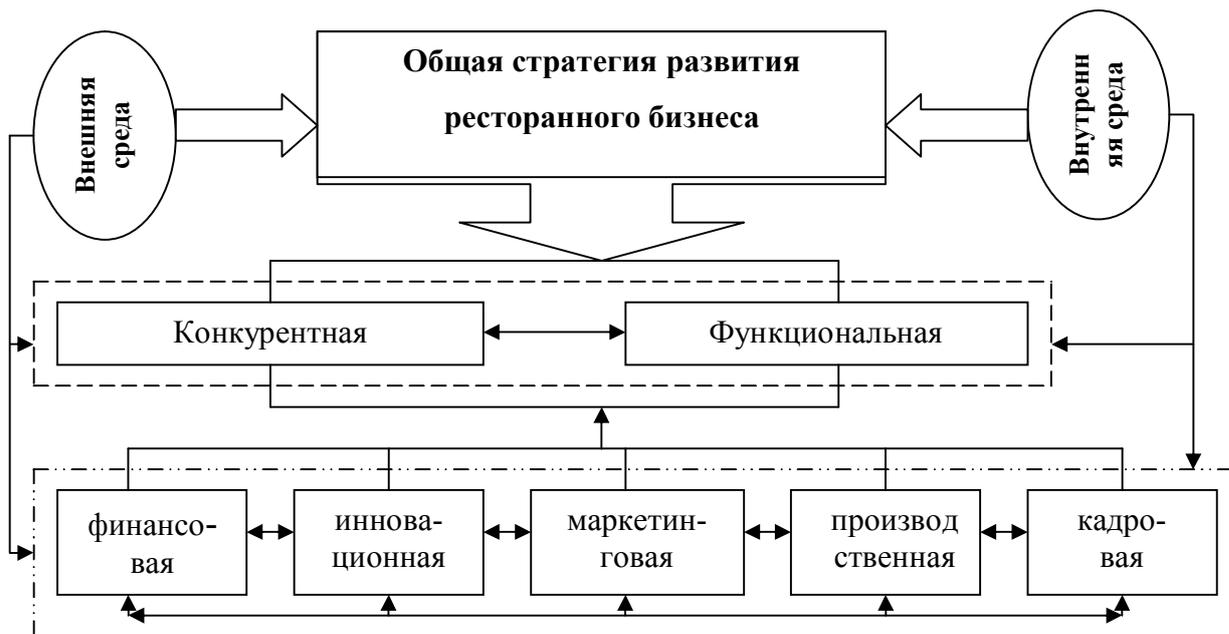


Рис. 1. Маркетинговая стратегия в процессе формирования стратегии развития ресторанного бизнеса

Одновременно маркетинговая стратегия стимулирует деятельность на рынке, оформлена в виде генеральной программы с чётко сформулированными целями, основными путями их достижения, необходимыми ресурсами. Поэтому стратегический подход к маркетинговой деятельности позволяет: устанавливать обоснованные приоритеты распределения относительно ограниченных ресурсов; ориентироваться в большей степени на предвидение будущих изменений внешней среды; сдерживать свое желание к максимизации текущего дохода для решения долгосрочных задач. Формируя план маркетинговой деятельности, как правило, стараются работать в трех направлениях: сегментация; выбор целевых рынков и рыночное позиционирование.

Таким образом, при выборе стратегии развития ресторанного необходимо, с одной стороны, по возможности определить наиболее сильные и слабые их стороны, а с другой – выявить тенденции развития условий внешней среды, которые влияют в комплексе на результативность деятельности предприятий питания.

Опыт функционирования предприятий (не только в ресторанном бизнесе, но и в других отраслях народного хозяйства) свидетельствует, что только после всестороннего анализа, оценки и мониторинга внешней и внутренней среды предприятия можно приступить к рассмотрению реальных вариантов действий по выбору стратегических альтернатив. При этом оценка только факторов окружающей среды редко приводит к разработке оптимальной стратегии, но этот анализ способствует исключению отдельных, кроме наиболее перспективных направлений развития.

Оптимизация управления развитием предполагает выявление тенденций динамики процессов развития ресторанного бизнеса и их влияния на стабильность и эффективность системы как таковой. Для этого принимаются во внимание не только рассчитанные прогнозные параметры, но и осуществляется анализ сформированных приоритетных направлений развития страны, отдельных ее регионов и предприятий с целью внесения корректив в приоритетные направления и разработанные и разрабатываемые документы по развитию на всех уровнях управления.

Сегодня уже принимается априори то, что рыночный механизм эффективен только тогда, когда он действует при минимальных ограничениях, согласно собственным объективным законам. Поэтому роль государства в этом процесс не отвергается, наоборот – повышается, причём возрастает роль государства его активного участия в процессе развития ресторанного бизнеса для восстановления управляемости экономики. Для этого должны внедряться экономические механизма регулирования, мотивации и самоуправления, где прописана ведущая роль государственных структур в организации деятельности ресторанного

бизнеса и его дальнейшего развития. При этом в действие вступают соответствующие рычаги определенное воздействие и со стороны отрасли, и со стороны региона на развитие РБ при одновременном воздействии рыночных инструментов.

Система самоуправления выборочно применяет методы и средства воздействия исходя сложившейся социально-политической ситуации и влияния факторов среды. Однако степень эффективности системы самоуправления определяется целым комплектом документов, которые в современных условиях требуют корректировки действующих, разработки и введение в действие новых документов по развитию ресторанного бизнеса в виде различных Программ, Концепций, Стратегий развития на различных иерархических уровнях функционирования и управления развитием.

По прежнему открытым остается вопрос о Законе Украины «О внутренней торговле», который непосредственно должен регламентировать деятельность и процесс развития сферы торговли и ресторанного бизнеса. Автор в составе коллектива ученых работал над проектом данного документа в 2007-2008 гг. Целью внедрения разработанного документа ставилось повышение эффективности развития РБ, в том числе: усиление ответственности за организацию деятельности всех субъектов рыночной бизнес-деятельности, рациональное использование профессиональных кадров, эффективная мотивации к совершенствованию их образовательно-профессиональной подготовки; активизацию механизмов мотивации развития и деятельности работников ресторанного бизнеса и т. п.

<i>Программные задачи</i>	<i>Направления действия механизма экономического регулирования</i>
<p>совершенствование и принятие новых общегосударственных нормативно-законодательных документов по регулированию развития ресторанного бизнеса и, в первую очередь, Закона Украины «О внутренней торговле»; трансформация системы статистического учета показателей деятельности и развития предприятий ресторанного бизнеса;</p> <p>интеграция научных заведений и предприятий РБ для развития последних в соответствии с требованиями ВТО и устранение противоречий по вопросам профессиональной подготовки кадров для осуществления предпринимательской деятельности;</p> <p>обеспечение снижения асимметрии информации путем разработки и мониторинга стандартов качества деятельности предприятий РБ и разработка систем институционального обеспечения привлекательности инвестиционно-инновационных проектов развития данного сектора экономики и защиты прав собственности и т.п.</p>	<p>уточнение правовых принципов осуществления разных видов деятельности и их регулированию с четким разграничением разнообразных инструментов развития РБ и определения порядка их использования</p> <p>разработка порядка выдачи разрешений на размещение объектов РБ и установка требований к осуществлению деятельности дифференцированно, в зависимости от типа и вида предприятия РБ путем обеспечения требований к формированию ассортимента продукции и услуг и уровня комфортности;</p> <p>разработка механизма приведения цен на продукцию и услуги в разных типах предприятий в соответствие с их экономическим обоснованием;</p> <p>установление порядка осуществления государственного контроля в РБ и разграничение степени ответственности за нарушения правил торговли в РБ и др. нормативных требований между органами контроля и надзора и четкое определение их полномочий;</p> <p>четкое формирование требований к профессиональной подготовке кадров для предприятий РБ и соответствия их образовательно-квалификационному уровню;</p> <p>совершенствование порядка гос. поддержки развития, порядка защиты прав и законных интересов субъектов деятельности и фиксирования видов юридической ответственности в РБ;</p> <p>разработка нового Налогового кодекса Украины с обязательным выделением отдельного раздела о статусе и налогообложении</p>
<p>формирование соответствующей законодательной и нормативно-правовой базы развития РБ;</p> <p>разработка четко определённых стандартов типизации предприятий РБ и механизма определения их статуса для определения четкой границы регулирующих функций со стороны местных гос. учреждений;</p> <p>корректировка форм статистической отчетности предприятий РБ для отражения реального состояния дел;</p> <p>реализации комплекса мероприятий с целью защиты прав потребителей;</p> <p>совершенствование кадровой политики на предприятиях РБ.</p>	

Рис. 2. Основные положения по повышению эффективности развития ресторанного бизнеса

Выделение предприятий РБ в Проекте Закона подчеркивало его самостоятельность и обуславливало более пристальное внимание к этой отрасли в рамках торгово-производственных комплексов страны и сферы услуг. Однако в 2013 г. правительство Украины отказалось от идеи принятия отдельного закона о внутренней торговле и решило ввести законодательные нормы, определяющие правила ведения такой торговли путем внесения изменений в уже действующие законы [2]. Во исполнение плана мероприятий по реализации Государственной программы активизации развития экономики на 2013-2014 гг. с целью совершенствования нормативно-правовой базы, регулирующей торговую деятельность, был подготовлен проект закона Украины «О внесении изменений в некоторые законодательные акты Украины относительно урегулирования внутренней торговли».

На 01.01.2014 г. проект закона Украины «О внесении изменений в некоторые законодательные акты Украины относительно урегулирования внутренней торговли», разработанный совместно с Советом предпринимателей при Кабинете министров, направлен на согласование центральным органам исполнительной власти и общественным организациям. Больше в правительстве к совершенствованию деятельности ни торговли, ни тем более ресторанного бизнеса не возвращались.

В ресторанном бизнесе сегодня, как и раньше, продолжается сохраняться ряд проблем и нерешенных задач, среди которых выделяются основные и второстепенные. В целом весь комплекс положений по совершенствованию и развитию ресторанного бизнеса можно представить в виде схемы задач, направлений и вопросов, требующих первоочередного решения (рис. 2).

Поставленные в Концепции 2012 цели с учётом разработанных при участии автора предложений так и не были решены до настоящего времени. Поэтому для эффективного развития ресторанного бизнеса в современных условиях требует незамедлительного решения следующий перечень задач:

- совершенствование общегосударственных нормативно-законодательных документов и принятие новых по вопросам регулирования развития ресторанного бизнеса;
- корректирование системы статистического учёта показателей деятельности и развития предприятий ресторанного бизнеса;
- интеграция научно-исследовательских учреждений, учебных заведений и ресторанного бизнеса для активизации развития ресторанного бизнеса;
- формирование системы институционального обеспечения привлекательности инвестиционно-инновационных проектов развития ресторанного бизнеса;
- разработка механизма защиты прав собственности;
- устранение противоречий в вопросах профессиональной подготовки кадров для осуществления предпринимательской деятельности в ресторанном бизнесе, привлечение высококлассных специалистов ресторанного бизнеса при реализации программ повышения квалификации специалистов данной сферы деятельности для адаптации к работе в рыночных условиях.

Выводы. Таким образом, предложенные направления по развитию ресторанного бизнеса предусматривают разработку плана мероприятий по их реализации на различных ведомственных уровнях для активизации и мотивации развития ресторанного бизнеса на принципах маркетинга и менеджмента. Однако несовершенная нормативно-правовая база и отсутствие решения поставленных проблем в течение последних лет тормозит процесс развития ресторанного бизнеса, заставляя последний сокращать объёмы деятельности и даже закрывать отдельные предприятия.

Список использованных источников

1. Антонова В. А. Напряжки стратегічного розвитку ресторанного бізнесу в умовах ринкової економіки / В. А. Антонова // Економічний вісник університету: збірник наукових праць учених та аспірантів. – Вип. 10. – Переяслав-Хмельницький: ДВНЗ ГПУ імені Григорія Сковороди, 2009. – С. 75-79.

2. Правительство отказалось от закона о внутренней торговле. – Режим доступа: <http://www.unian.net/society/806070-pravitelstvo-otkazalos-ot-zakona-o-vnutrenney-torgovle.html>