

ПРОБЛЕМА ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

М.К.Старовойтов¹, Т.А.Маслова²

¹ЗАО «Волгоградский завод оросительной техники и ЖКХ»

²Волжский политехнический институт (филиал) ВолгГТУ

Эффективность системы управления – это одна из самых важнейших характеристик качества системы с точки зрения соотношения затрат и результатов функционирования системы.

Эффективность в переводе с латинского - действенный, производительный, дающий результат. В общем представлении она характеризует различные развитые системы, процессы, явления.

Деятельность промышленного предприятия многосторонняя, но основной является производственная деятельность. Эффективность производства во многом определяет эффективность всей деятельности предприятия [1]

Стремясь повысить эффективность конкретного вида предпринимательской деятельности и их совокупности, определяются конкретные меры, способствующие процессу развития, и отсекаются те из них, что ведут к регрессу. Эффективность, в этом смысле, всегда связана с практикой. Она становится целевым ориентиром управленческой деятельности, направляет эту деятельность в русло обоснованности, необходимости, оправданности и достаточности.

Экономическая эффективность — результат экономической деятельности, экономических программ и мероприятий, характеризуемый отношением полученного экономического эффекта, к затратам факторов, ресурсов, обусловившим получение этого результата, достижение наибольшего объема производства с применением ресурсов определенной стоимости. [3]

Эффективность экономической системы, в данном случае предприятия, зависит от эффективности производства, социальной составляющей и в определенной степени эффективности государственного управления. Эффективность каждой из этих сфер определяется отношением полученных результатов к затратам и измеряется совокупностью количественных показателей. Для измерения эффективности производства используются показатели производительности труда, фондоотдачи, рентабельности, окупаемости и др. С их помощью сопоставляются различные варианты развития производства, решения его структурных проблем. Измерение эффективности социальной сферы требует использования особых качественных показателей развития каждой из ее составляющих. Для государственной сферы необходимы специальные критерии соответствия затрат и результатов деятельности государства требованиям общества.

Эффективность, как показатель результативности, предполагает соизмерение затрат с результатом. В качестве последнего рассматривается прибыль как конечный результат деятельности, а в качестве затрат – основные производственные фонды и оборотные средства. [2]

Экономически эффективным принято считать такой способ производства, при котором фирма не может увеличить выпуск продукции без увеличения расходов на ресурсы и одновременно не может обеспечить тот же объем выпуска, используя меньшее количество ресурсов одного типа и не увеличивая при этом затраты на другие ресурсы. То есть выпуск продукции остается тем же при использовании меньшего количества ресурсов. Эффективность предприятия характеризуется производством товара или услуги с наименьшими издержками. Она выражается в его способности производить максимальный объем продукции приемлемого качества с минимальными затратами и продавать эту продукцию с наименьшими издержками. Экономическая эффективность предприятия в отличие от его технической эффективности зависит от того, насколько его продукция соответствует требованиям рынка, запросам потребителей.

Хайман Д.Н. справедливо считает, что эффективность производства достигается тогда, когда ресурсы распределяются так, что позволяют получить максимально возможный чистый выигрыш от их использования. «Распределение ресурсов в экономике, взятой как целое, будет эффективным, когда ресурсы в течение данного периода времени используются таким способом, который делает невозможным увеличение благосостояния одного лица без причинения вреда благосостоянию другого». [4] Распределением ресурсов, удовлетворяющее данному правилу, называют распределением по Парето, разработавшим основы анализа условий эффективности. Согласно данному правилу, эффективность производства достигается в том случае, когда увеличить выпуск одного товара, без уменьшения выпуска другого товара в рамках данной единой производственной системы невозможно. [1]

Экономическая эффективность управления должна, в конечном счете, определяться результатами производства, где одним из основных показателей является величина прибыли. Особое внимание обращается на снижение уровня колебаний совокупной прибыли предприятия, или прибыли по основной и не основной деятельности. Отсюда стремление к выравниванию колебаний (изменений) прибыли по разным видам изготавливаемой продукции.

В литературе эффективность производства обычно рассматривается как деятельность, приносящая прибыль. Другим подходом к рассмотрению эффективности производства, по мнению Жарикова В.В., может быть степень удовлетворения реальных потребностей (спроса) рынка в товарах и услугах. От объема производства (предложения) зависит, во-первых, степень удовлетворения спроса, а, во-вторых, рыночная цена на товары и услуги.

Таким образом, эффективное производство – это такое производство, которое полностью удовлетворяет платежеспособный (реальный) спрос. [1]

Эффективность системы управления предприятием может рассматриваться и за пределами его внутренних границ. Необходимо учитывать в этой связи эффект воздействий управляющей системы на другие предприятия-поставщики материально-сырьевых ресурсов, предприятия-потребители продукции.

Эффективность системы управления может рассматриваться как в глобальном масштабе – по отношению ко всему объекту внешней среды, так и в локальном аспекте – по отношению к процессу управления, техническому оснащению отдельных подразделений структуры управления, функциональных подсистем управления[2].

Эффективность управления отражает результативность обеспечения социально-экономического развития предприятия. В этой связи эффективность управления проявляется в достигнутых показателях результативности всей деятельности предприятия.

Эффективность функционирования предприятия зависит в основном от эффективности производства и конъюнктуры рынка. При этом эффективность производства как бы объединяет два противоречивых условия: минимизацию объемов производства и максимизацию прибыли. [1]

Глобальный экономический кризис, оказавшийся наиболее тяжелым потрясением для мировой экономики и финансов со времен Великой депрессии 1930-х годов, негативно воздействовал на мировое хозяйство в течение прошлого года. В настоящее время мировая экономика уже восстанавливается после кризиса, при этом потребительский и инвестиционный спрос остаются на низком уровне, процесс восстановления идет неравномерно и говорить об устойчивой тенденции роста базовых показателей преждевременно.

Ситуация в России пока остается сложной: падение ВВП в 2009 г. по данным экспертов Всемирного банка составило - 8,7% (прогноз на 2010 г. – возобновление роста на 3,2%). По мнению экспертов, выход из кризисного состояния экономики России возможен при сохранении высоких мировых цен на нефть и иные сырьевые товары, а также при эффективной реализации структурных реформ в экономике. [Источник: МИД России, 27.02.2010]

Перед российской экономикой в условиях глобального экономического кризиса стоит необходимость одновременного решения двух задач – минимизация последствий кризиса и формирование потенциала для будущего посткризисного развития.

В условиях построения нового облика посткризисной промышленности изучение опыта построения эффективной производственной системы является как никогда актуальным. На первое место встает вопрос об оптимизации издержек, при условии повышения конкурентоспособности продукции на внутреннем и внешних рынках. В основе философии эффективного производства лежит сокращение времени между получением заказа и его отгрузкой путем уменьшения потерь. Бережливое производство позволяет выявлять и использовать скрытый потенциал предприятия, увеличить производительность труда за

счёт оптимизации всех процессов, улучшить качество выпускаемого продукта, уменьшить производственную себестоимость продукции, улучшить позиционирование предприятия на рынке, увеличить продажи и прибыль компании.

В качестве модели посткризисного долгосрочного развития выбрана инновационная социально ориентированная экономика. Соответствующая цель поставлена в рамках Концепции долгосрочного социально-экономического развития России до 2020 года.

Инновационная социально ориентированная модель экономики характеризуется, в первую очередь, высокой инновационной активностью всех экономических субъектов, постоянной разработкой и внедрением в производство новых технологий и продуктов, высокой долей высокотехнологичных секторов в ВВП и экспорте, рядом других показателей.

Для построения такой модели Правительству Российской Федерации необходимо реализовать систему мер, направленных на стимулирование инвестиций в инновации, на технологическое перевооружение и внедрение инновационных продуктов и решений во все сферы экономики и общественной жизни. При этом комплекс мер должен содержать в себе как общесистемные меры, направленные на долгосрочное развитие национальной инновационной системы, так и меры, отражающие специфику развития в условиях кризиса.

Сложившаяся на сегодняшний день ситуация с инновационной активностью в реальном секторе экономики может быть охарактеризована как негативная.

Недостаточный уровень инновационной активности усугубляется низкой отдачей от реализации технологических инноваций. Хотя в абсолютном выражении объемы инновационной продукции постоянно повышаются (в 1995-2007 годах на 76%), затраты на инновации растут еще быстрее (за тот же период – вдвое). Как следствие, на рубль таких затрат в 2007 году приходилось 4,4 рубля инновационной продукции против 5,5 рубля в 1995 году. Несмотря на растущий объем бюджетного финансирования на проведение исследований и разработок, на развитие сектора генерации знаний, это не привело к должному росту инновационной активности самих предприятий. За период с 2005 по 2007 годы доля средств отечественного предпринимательского сектора во внутренних затратах на исследования и разработки уменьшилась с 30,0 до 29,4%, при увеличении государственных средств с 61,9 до 62,6% соответственно.

Эти негативные тенденции усиливаются в условиях экономического кризиса, начиная со второй половины 2008 года. Предприятия, столкнувшись с необходимостью жесткой оптимизации издержек, в первую очередь экономят на развитии, откладывая на неопределенное будущее инновационные проекты, расходы на НИОКР и перевооружение. Необходима корректировка политики для ответа на этот вызов.

Таким образом, для повышения эффективности системы управления предприятием, а также для реабилитации предприятий в посткризисный период, необходимо поддерживать, совершенствовать инновационную дея-

тельность предприятий. Это должно происходить не только со стороны государства, но и со стороны предприятий путем вложений денежных средств в инновации и НИОКР.

ЛИТЕРАТУРА

1. Жариков В.В. Математическое моделирование эффективного производства в условиях конкуренции: Монография. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2004. 100 с.
2. Основы анализа эффективности системы управления предприятием: учеб. пособие / Е.Е.Сидорова; ВолгГТУ. – Волгоград, 2008. – 75с.
3. Словарь «Борисов А.Б. Большой экономический словарь. — М.: Книжный мир, 2003. — 895 с.»
4. Хайман Д.Н. Современная микроэкономика: анализ и применение. В 2-х т. М.: Финансы и статистика, 1992.

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕЗИНОТЕХНИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ

А.В. Безрукова

ООО «НПФ «Техоснастка-РТД», г. Волжский

Сложившиеся в настоящее время экономические условия требуют от российских производителей по-настоящему конкурентоспособной продукции. В связи с этим возникает проблема поиска экономичных и эффективных направлений повышения конкурентоспособности.

Одним из главных ресурсов повышения конкурентоспособности резинотехнической продукции, изначально определяющим конкурентные позиции национальной экономики, является государственная промышленная политика, предполагающая реализацию комплекса мер, направленных на повышение конкурентоспособности предприятий, выпускающих резинотехнические изделия, а именно:

- поддержка инновационного и инвестиционного процесса мерами налоговой и кредитной политики;
- предоставление государственных заказов на высокотехнологичную продукцию и проведение научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок;
- предоставление инвесторам, осуществляющим долгосрочные проекты, гарантий от неблагоприятного изменения экономического законодательства и цен;
- стимулирование экспорта продукции путем обеспечения доступа к кредитным фондам, возврата части налогов, уплаченных на стадии производства продукции, и юридической поддержки экспортеров в случае их дискриминации на внешних рынках [2].

Немаловажным и перспективным направлением повышения конкурентоспособности резинотехнической продукции является расширение номенклатуры производимых резинотехнических изделий, которое служит источником увеличения объемов продаж и помогает осваивать новые рынки, а также укреплять позиции предприятия на рынке. Без разработки новых видов изделий немислимо достижение рыночного превосходства предприятия в течение продолжительного времени. В процессе освоения новых рынков оцениваются затраты и риски при исследовании новых возможностей. Поэтому необходимо активно использовать исследования рыночной среды, позволяющие получать исходную информацию для моделирования параметров разработки новых видов продукции, пользующихся спросом, и необходимых заказчику резинотехнических изделий. В современных условиях резинотехническое изделие должно создаваться с учетом всех технических требований заказчика, придерживаясь подходов к обеспечению качества с ранних этапов проектирования нового резинотехнического изделия [4].

Так, потребителями резинотехнической продукции являются предприятия машиностроения, которые выдвигают все более высокие требования к надежности, экологичности, безопасности всех комплектующих частей, в том числе резинотехнических. Нефтедобывающая отрасль, также использующая резинотехнические изделия, выдвигает высокие требования к качеству поставляемой продукции, такие как безотказность, долговечность, сохраняемость, технологичность [2].

С целью повышения качества продукции на предприятиях резинотехнической промышленности осуществляется разработка мероприятий по улучшению качества выпускаемой продукции:

- внедрение системы качества ISO 9001:2000 – масштабное мероприятие, охватывающее все стадии жизненного цикла продукции;
- сертификация продукции – обеспечивает доверие потребителей к качеству продукции, способствует защите в конкуренции с изготовителями несертифицированной продукции, способствует повышению организационно-технологического уровня производства, стимулирует ускорение НТП [2].

Для сохранения своих позиций на рынке предприятиям, выпускающим резинотехнические изделия, необходимо решать проблему дальнейшего повышения конкурентоспособности за счет снижения издержек производства. Неудовлетворительное состояние основных фондов и высокие издержки не позволяют большинству предприятий решить эту задачу. Так, средний возраст основной части оборудования в целом по промышленности составляет 20,7 года, в химической и нефтехимической промышленности – 23,7 года. Возрастные показатели оборудования свидетельствуют о катастрофическом устаревании производственного аппарата промышленности [1]. В таблице 1 приведены данные о загрузке производственных мощностей в российской промышленности.

Таблица 1. Загрузка производственных мощностей в промышленности России и её отраслях (%) по годам

Отрасли промышленности	2004	2005	2006	2007
Промышленность	49,9	53,5	56,8	62,3
в том числе:				
нефтеперерабатывающая	71,1	75,3	75,6	75,5
угольная	77,5	80,8	82,9	83,0
черная металлургия	78,3	84,2	86,0	88,4
химическая	57,7	62,1	67,4	68,5
машиностроение	40,3	42,3	44,8	45,6
лесная, деревообрабатывающая	69,0	73,3	76,0	78,7
стройматериалов	42,2	46,3	50,0	52,3
легкая	38,3	42,6	48,7	49,5
пищевая	49,4	51,5	53,4	55,2

Источник: Составлено по данным Института макроэкономических исследований

Степень изношенности основных производственных фондов по состоянию на 2007 г. в целом по промышленности составляет 50,6%, в химической и нефтехимической промышленности – 51,3% [1]. Соотношение выбытия и обновления последних применительно к промышленности в целом представлено в таблице 2.

Таблица 2. Характеристики выбытия и обновления мощностей в промышленности России (%) по годам

Год	Выбытие мощностей		Обновление мощностей	
	в целом	вследствие ликвидации	в целом	вследствие ввода новых
2004	11,5	1,4	9,3	1,9
2005	10,3	1,5	9,0	1,8
2006	10,9	1,4	8,5	1,6
2007	10,6	1,4	8,2	1,4

Источник: Составлено по данным Института макроэкономических исследований

Использование технически устаревшего оборудования сдерживает рост производительности труда, вызывает повышение стоимости продукции, снижает конкурентоспособность. В связи с вышеизложенным, приоритетом для предприятий всех отраслей промышленности остается замена изношенного оборудования (71% промышленных предприятий). Удельный вес «новых» мощностей не высок, в целом по промышленности – около 15%, в химической и нефтехимической промышленности – 6-12%. Показатель использования производственных мощностей в резинотехнической промышленности один из самых низких среди предприятий химической и нефтехимической промышленности [5].

Сложившаяся возрастная структура оборудования в целом затрудняет выпуск высокотехнологичной продукции, а соответственно и дальнейшее развитие конкурентоспособности предприятий резинотехнической промышленности. Задача повышения конкурентоспособности может быть решена при условии существенного роста инвестиционной и инновационной активности промышленного производства. В целях повышения конкурентоспособности промышленных предприятий необходимо создание эффективного механизма перераспределения инвестиционных ресурсов в промышленном секторе для технологического переоснащения производства и выпуска конкурентоспособной продукции [3].

ЛИТЕРАТУРА

1. Водянов А., Гаврилова О., Маршова Т. Производственные мощности российской промышленности в контексте задач экономического роста. // Российский экономический журнал. – 2007. – №2. – С.3-22.
2. Голодова О.А., Маркетинговое обеспечение конкурентоспособности предприятий резинотехнической промышленности в условиях интеграционного взаимодействия: Монография / Науч.ред. В.О. Мосейко. – Волгоград: Волгоградское научное издательство, 2008.- 168с.
3. Костин И.М., Фасхиев Х.А. Технология разработки конкурентоспособных грузовых автомобилей // Маркетинг. – 2003. – № 3. – С.
4. Нешиной А., Сухарев О. Конкурентоспособность и условия воспроизводства // Экономист. – 2007. – №3. – С.7.
5. Сазыкин В. Об итогах работы промышленности синтетических каучуков в 2008 году // Резиновая промышленность. – 2008 – С.20.

ВЫБОР ОПТИМАЛЬНОГО МЕТОДА ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Н. В. Никифорова¹, Ю.М. Вороханова²

¹Волжский политехнический институт (филиал) ВолГТУ

²Волжский гуманитарный институт (филиал) ВолГУ.

Способность предприятия своевременно производить платежи, финансировать свою деятельность на расширенной основе, переносить непредвиденные потрясения и поддерживать свою платежеспособность в неблагоприятных обстоятельствах свидетельствует о его устойчивом финансовом состоянии, и наоборот.

Если текущая платежеспособность – это внешнее проявление финансового состояния предприятия, то финансовая устойчивость – внутренняя его сторона, обеспечивающая стабильную платежеспособность в длительной перспективе, в ее основе лежит сбалансированность активов и пассивов, доходов и расходов, положительных и отрицательных денежных потоков.

Финансовая устойчивость предприятия – это способность субъекта хозяйствования функционировать и развиваться, сохранять равновесие своих ак-

тивов и пассивов в изменяющейся внутренней и внешней среде, гарантирующее его платежеспособность и инвестиционную привлекательность в долгосрочной перспективе в границах допустимого уровня риска [4, с. 570].

Поэтому финансовая устойчивость формируется в процессе всей производственно-хозяйственной деятельности и является главным компонентом общей устойчивости предприятия.

Соответственно, столь разные аспекты финансовой устойчивости подразумевают различные методики ее оценки (таблица 1).

На основе проведенного сравнительного анализа методик оценки финансовой устойчивости предприятия видно, что они не могут быть универсальными для всех предприятий.

Наиболее оптимальным считаем балльный метод Шенаева А.О. Этот метод предполагает, что для реализации комплексного подхода и полноты учета всех факторов целесообразно проводить оценку финансовой устойчивости не по отдельным показателям, а по всей их совокупности: коэффициент независимости, коэффициент покрытия инвестиций, коэффициент маневренности и коэффициент обеспечения собственными оборотными средствами. Представляется целесообразным вывести на их основе совокупный показатель финансовой устойчивости (СПФУ). Построение показателя будет осуществляться с помощью балльного метода, что позволит сделать оценку более гибкой, в зависимости от сложившихся уровней ведения бизнеса и внешней экономической среды.

В процессе анализа финансовой устойчивости каждому из относительных показателей предлагается присваивать значения баллов: чем больше значение балла, тем оптимальнее финансовая устойчивость компании, характеризуемая конкретным показателем. Наибольший балл присваивается значению показателя, которое полностью отвечает представлениям конкретного оценщика о возможностях и условиях развития бизнеса. Выбор диапазонов значений показателей и присваиваемых им баллов зависит от целей деятельности компании и индивидуального подхода каждого конкретного аналитика к анализу деятельности компании. В качестве примера будем использовать диапазон от 0 до 3.

Определение весов коэффициентов позволяет учитывать значимость каждого из них для комплексной оценки финансовой устойчивости компании, поэтому сумма весовых значимостей составляет 100%.

Таким образом, совокупный показатель финансовой устойчивости рассчитывается по формуле:

$$СПФУ = \sum B_i * P_i,$$

где B_i – значение балла i -го коэффициента,

P_i – весовая значимость [5, с. 36].

Таблица 1. Сравнение различных методик оценки финансовой устойчивости

Методики оценки финансовой устойчивости	Этапы	Алгоритм определения
Крылов Э.И. Метод с помощью использования абсолютных показателей (2003 г.)	1 2 3	<p>1. Определение излишка или недостатка источников средств для формирования запасов: – наличие собственных оборотных средств; – наличие собственных и долгосрочных заемных источников; – общая величина основных источников формирования запасов и затрат.</p> <p>2. Расчет показателей обеспеченности запасов и затрат источниками формирования.</p> <p>3. Определение типа финансовой устойчивости с помощью трехмерного показателя [2, с. 237].</p>
Савицкая Г.В. Метод соотношения собственного и заемного капитала (2006 г.)	1 2	<p>1. Анализ структуры источников предприятия и оценка степени финансовой устойчивости и финансового риска.</p> <p>2. Рассчитывают следующие показатели: коэффициент концентрации собственного капитала; коэффициент финансовой зависимости; коэффициент текущей задолженности; коэффициент устойчивого финансирования; коэффициент финансового левериджа и другие [4, с. 572].</p>
Лаптев О.В. Метод многокритериальной оптимизации (2001 г.)	1	<p>1. Формирование системы взаимодополняющих моделей, описывающая глобальную цель исследования – определение параметров роста финансовой устойчивости предприятия. Для каждой модели: вводится система ограничений; осуществляется поиск решения по алгоритму оптимизации; результаты расчетов анализируются на предмет соответствия теоретическим положениям финансового анализа; по результатам анализа при необходимости корректируется структура модели и вводятся дополнительные ограничения; расчетные значения интегрального уровня устойчивости сопоставляются с фактическими [3, с. 89].</p>
Шенаев А.О. Балльный метод (2008 г.)	1 2 3 4	<p>1. Представляется целесообразным вывести совокупный показатель финансовой устойчивости.</p> <p>2. Расчет сводного показателя финансовой устойчивости (таблица 2).</p> <p>3. Определение уровня финансовой устойчивости.</p> <p>4. Анализ уровня финансовой устойчивости с помощью корректирующих значений долгосрочных и краткосрочных обязательств (таблица 3) [5, с. 37].</p>
Батасова Е.О. Аналитический метод (2009 г.)	1 2	<p>1. Выделены и количественно определены четыре зоны устойчивости: достаточность источников формирования оборотных активов и денежного потока; достаточность средств для формирования материально-производственных запасов; оценка ликвидности баланса; показатели эффективности [1, с. 143].</p> <p>2. Сопоставление критических значений с баллами значимости.</p>

Исходя из выбранных возможных значений баллов (от 0 до 3), получаем возможный диапазон совокупного показателя – от 0 до 3 (таблица 2). При этом, чем ближе его расчетное значение к 3, тем оптимальнее финансовая устойчивость компании. Также данный показатель можно оценить в процентах, разделив полученное значение показателя на максимально возможное. Тем самым получим процент соответствия текущей финансовой устойчивости компании ее оптимальному значению.

Таблица 2. Расчет сводного показателя финансовой устойчивости

Коэффициенты	Критериальные значения				Весомая значимость
	0	1	2	3	
Коэффициент независимости	< 0,3	0,3-0,5	0,8-1,0	0,5-0,8	15%
Коэффициент покрытия инвестиций	< 0,75	0,75-0,9	0,9-0,95	0,95-0,1	45%
Коэффициент маневренности	< 0,3	0,3-0,4	>0,6	0,4-0,6	25%
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	< 0,3	0,3-0,5	0,5-0,8	0,8-1,0	15%
Итого:					100%

Данный показатель называется уровнем финансовой устойчивости (УФУ) и выражается формулой:

$$УФУ = \frac{СПФУ}{3} * 100\% ,$$

где УФУ – уровень финансовой устойчивости [5, с. 36].

Использование комплексного показателя уровня финансовой устойчивости облегчает процесс его мониторинга для руководства предприятия и позволяет определить основные причины сложившейся ситуации.

Руководство предприятия должно устанавливать диапазоны возможных изменений уровня финансовой устойчивости, который является комплексным показателем. Значение данного коэффициента также предлагается использовать для корректировок отдельных показателей деятельности компании, в частности, абсолютных показателей финансовой устойчивости, которые предоставляют информацию о структуре источников покрытия запасов и затрат компании, то есть об источниках финансирования текущей деятельности. При этом, чем менее компания финансово устойчива, тем меньше заемных средств она может привлекать на финансирование текущей деятельности без нанесения ощутимого риска. При определении типа финансовой устойчивости с помощью классических абсолютных показателей предлагаем учитывать уровень финансовой устойчивости компании, определяемый на основе ее относительных показателей. Влияние привлечения долгосрочных средств на финансовую устойчивость сла-

бее, чем краткосрочных, поэтому по краткосрочным привлечением величина корректировки будет больше.

Величина корректировок абсолютных величин привлекаемых заемных средств будет зависеть от уровня финансовой устойчивости. Для планирования и оценки деятельности компании диапазон значений данного показателя стоит разделить на пять составляющих (таблица 3). Подобный гибкий подход с разделением на пять диапазонов важен для отслеживания и тщательного мониторинга.

Таблица 3. Значение корректировок долгосрочных и краткосрочных обязательств в зависимости от достигнутого уровня финансовой устойчивости

Диапазон УФУ	Значения корректирующих коэффициентов	
	Долгосрочные обязательства	Краткосрочные обязательства
1-0,9	1	1
0,89-0,7	0,95	0,90
0,69-0,6	0,90	0,83
0,59-0,3	0,80	0,69
0,29-0	0,70	0,55

Таким образом, определение типа финансовой устойчивости будет осуществляться на основе корректирующего расчета показателя финансовой устойчивости по формуле:

$$КПФУ = (СК - ВОА - З) + ДО * Кдо + КО * Кко ,$$

где *КПФУ* – скорректированный показатель финансовой устойчивости,

СК – собственный капитал,

ВОА – величина внеоборотных активов,

З – величина запасов,

ДО – долгосрочные обязательства,

КО – краткосрочные обязательства,

Кдо и *Кко* – корректирующие коэффициенты *ДО* и *КО* соответственно.

Соответственно, типы финансовой устойчивости определяются исходя из следующих условий:

1) $(СК - ВОА - З) > 0$ – абсолютная финансовая устойчивость;

2) $(СК - ВОА - З) + ДО * Кдо > 0$ – нормальная финансовая устойчивость;

3) $(СК - ВОА - З) + ДО * Кдо + КО * Кко > 0$ – финансовая неустойчивость;

4) $(СК - ВОА - З) + ДО * Кдо + КО * Кко < 0$ – кризисное финансовое состояние

[5, с. 37].

На основе представленных показателей можно оценить текущую финансовую устойчивость компании (скорректированный показатель финансовой устойчивости) и оптимальность структуры источников финансирования деятельности компании (уровень финансовой устойчивости).

Адаптивность предлагаемой оценки финансовой устойчивости позволяет не только проводить анализ фактического уровня финансовой устойчивости, но

и прогнозировать ее с учетом специфики бизнеса и направлений развития, а также проводить ситуационный анализ планируемых сделок, например, по привлечению кредитов, приобретению и продаже активов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Батасова, Е.О. Развитие инструментальных методов анализа финансовой устойчивости промышленного предприятия. Сборник научных трудов / Е.О. Батасова. – М.; Финансовая академия, 2009. – 265с.
2. Крылов Э.И. Анализ финансового состояния и инвестиционной привлекательности предприятия: Учеб. пособие Э.И. Крылов, В.М. Власова, М.Г. Егорова и др. – М.: Финансы и Статистика, 2003. – 192с.
3. Лаптев, О.В. Экономико-математические модели региональных систем / О.В. Лаптев. – М.: Перспектива, 2001. – 239с.
4. Савицкая Г.В. Экономический анализ: учеб./ Г.В. Савицкая. – 12-е изд., перераб. и доп. – М.: Новое знание, 2006. – 679с.
5. Шенаев, А.О. Обеспечение финансовой устойчивости компании как залог выживания в условиях финансового кризиса. Банковские услуги / А.О. Шенаев. – 2008. – №11. – 67с.

К ВОПРОСУ ОБ ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

С.А. Мироседи, М.В. Алпатова

Волжский политехнический институт (филиал) ВолгГТУ

В условиях динамичной среды, когда параметры функциональной эффективности предприятия постоянно меняются, огромную значимость приобрела проблема оценки состояния предприятия, необходимая для контроля и поддержания соответствующего уровня конкурентоспособности и постоянного его повышения. В связи с этим, особый интерес вызывает исследование существующих подходов к оценке эффективности деятельности предприятия.

В работе предпринята попытка исследовать эволюцию подходов к оценке эффективности деятельности предприятия с целью выявления наиболее оптимальных, удовлетворяющих требованиям современной системы хозяйствования.

С тех пор, как само понятие эффективности было введено в оборот, данной проблемой занималось не одно поколение ученых.

Первоначально большинство исследователей определяли эффективность «...как отношение объема произведенной продукции к осуществленным затратам...» [1]. Позднее было введено деление эффективности на абсолютную и сравнительную.

Безусловно, данный подход был достаточно прост в исполнении, однако, он не вполне удовлетворял исследователей. Ведь одна из главных целей, которую преследует каждое предприятие, заключается в увеличении общей конкурентоспособности его на рынке. Для достижения данной цели не достаточно

опираться лишь на финансовые показатели в анализе, стоит обратить внимание и на нефинансовые.

Это и было сделано в начале 90-х гг. XX века Р. Капланом и Д. Нортоном посредством введения системы сбалансированных показателей для оценки эффективности деятельности предприятия. Предлагалось использовать при оценке такие показатели, как качество продукции, инновационный потенциал, степень лояльности клиентов и т.д.

Нефинансовые показатели текущего периода в этой модели могут предсказывать финансовые показатели планового периода.

Трудность применения данной системы заключается в том, что нефинансовые показатели не являются стабильными, неизменными, поэтому необходимо постоянно корректировать модель исследования, удаляя и вводя все новые факторы.

Немногим позже Р. Каплан и Д. Нортон переосмыслили данный подход. Так как корреляция между используемыми показателями трудноопределима, следует использовать многофакторные наборы однородных показателей для оценки эффективности. Отсутствие корреляции, в свою очередь, выступает в качестве преимущества, потому что каждый показатель несет в себе новую независимую информацию о предприятии и его эффективности.

Система сбалансированных показателей связывает стратегии и цели предприятия, однако не может быть применима к анализу мотивации труда персонала, из-за невозможности объективного измерения данного параметра, впрочем, как и многих других.

К негативным качествам системы сбалансированных показателей можно отнести и то обстоятельство, что она основывается лишь на таких принципах, как минимальность числа показателей и полезность для прогнозирования. Тогда как идеальная система оценки эффективности должна удовлетворять еще и таким принципам, как всеобъемлющий характер, стабильность, применимость к компенсации.

В условиях глобализации и интеграции экономики рыночные структуры эволюционируют, что приводит к созданию огромных предприятий. Определение эффективности их деятельности затрудняется тем, что трудно выявить взаимосвязи между факторами, а также собрать все нефинансовые факторы воедино.

Для преодоления этого эффекта предлагается создание мультидивизионных компаний, в которых бы «...центральный офис управлял компанией как внутренним финансовым рынком, возможно более эффективным, чем внешний финансовый рынок в связи с возможностью контроля и в случае необходимости прямого вмешательства отдельных бизнес-единиц...» [2]. Эффективность здесь определяется для каждой бизнес-единицы, что проще и нагляднее. Однако, если компания увеличит свои размеры в будущем, она столкнется все с той же проблемой масштаба, но уже применимо к бизнес-единицам.

Более совершенный подход заключается в использовании цепочки эффективности. Она позволяет избежать того, что показатели, собранные в бизнес-единицах, агрегируясь для определения эффективности всего предприятия, теряют свою точность. Цепочка эффективности связывает такие элементы, как бизнес-процессы, затраты, выручку, положение компании на финансовом рынке. Показывается выполнение бизнес-процессов, анализируются связи между доходом и затратами, учитываются все возможные факторы.

Наряду с подходом, основанном на применении цепочки эффективности, существует элементная концепция предприятия, согласно которой упор делается на изучение внутренней среды предприятия, производимого товара, организационной структуры и т.д. При этом исходят из простого представления о среде предприятия, что немаловажно для оценки эффективности, но не в полной мере исследуются и учитываются факторы внешней среды, имеющей в настоящее время большое воздействие на предприятия.

В рамках элементной концепции используются такие инструменты оценки эффективности, как процессно-ориентированный анализ рентабельности и процессно-ориентированный учет затрат. Каждый из них имеет преимущества и недостатки. Использование того или иного инструмента должно быть обусловлено специфическими характеристиками предприятия.

Для эффективного управления предприятием требуется комплексная оценка, которая включает три вида эффективности: потребностную (отношение целей к потребностям, идеалам и нормам), результативную (отношение достигнутого результата к преследуемым целям) и затратную (отношение затрат к достигнутым результатам) [3].

В работе рассмотрены наиболее известные из существующего множества методов оценки эффективности. Каждый из них имеет свои достоинства и недостатки; это дает основание сделать вывод, что не существует идеального подхода к оценке эффективности.

Немаловажно также при выборе подхода к оценке эффективности обеспечить поддержание сбалансированности интересов таких групп, как инвесторы, менеджмент и персонал. Критерием эффективности в данном случае можно считать процент совпадения интересов всех трех заинтересованных групп. Поэтому при выборе метода оценки своей эффективности предприятие должно исходить из конкретной ситуации и выбирать наиболее оптимальный подход или использовать одновременно несколько подходов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Солодка М.С. Надежность, эффективность, качество систем управления. Материалы сайта www.credo.osu.ru
2. Мейер М.В. Оценка эффективности бизнеса. – М.: ООО «Вершина». – 2004. – С. 62
3. Гурышев А.П. Оценка эффективности деятельности предприятия через использование финансовых и нефинансовых показателей // Менеджмент в России и за рубежом. – №5. – 2007. – С. 100.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Ю.Ю. Калтырина

Волжский политехнический институт (филиал) ВолгГТУ

Финансовый кризис, начавшийся во второй половине 2008 года с краха американского рынка ипотечного кредитования, обернулся глобальным кредитным кризисом и рецессией. Во время кризиса производительность труда упала во всем мире, больше всего – в странах Центральной и Юго-Восточной Европы, а также в СНГ — на 4,7%. В России финансовый кризис вызвал отток капитала, проблемы с ликвидностью, падение фондового рынка и быстрое снижение цен на основные позиции российского экспорта — сырьевые товары, за счет которых обеспечивается около 35% доходов федерального бюджета. Объем промышленного производства в январе 2009 года упал на 16% относительно соответствующего показателя предыдущего года. Производительность труда в российской экономике сегодня составляет 26% от уровня США. В среднем рабочий в России трудится больше, чем его американский коллега, однако его продуктивность почти в 4 раза меньше. Динамика производительности труда в России после начала финансового кризиса демонстрирует в целом ухудшение показателей (табл. 1).

Таблица 1. Динамика производительности труда в экономике Российской Федерации (в % к 2005 году)

Код ОКВЭД	2006	2007	2008
В целом по экономике	107.0	107.0	105.2
В том числе:			
A Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	105.0	105.5	110.9
B Рыболовство, рыбоводство	101.6	101.5	97.5
C Добыча полезных ископаемых	102.5	102.3	100.7
D Обрабатывающие производства	108.1	106.5	103.7
E Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	103.2	100.3	102.9
F Строительство	115.8	112.8	109.1
G Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	110.8	105.2	106.3
H Гостиницы и рестораны	109.2	108.0	109.1
I Транспорт и связь	110.7	107.6	107.1
K Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	106.2	115.6	107.3

Сложившаяся ситуация после начала финансового кризиса привела к резкому ухудшению ситуации во всех сферах экономики страны, выразившейся в сокращении заработной платы и в массовых увольнениях. Сложная экономическая ситуация создает дополнительные стимулы для решения проблемы низкой

производительности труда. Для ее роста в России, да и в любой стране с рыночной экономикой, необходимо изменить отношение к рабочей силе. Активное участие работников в жизни предприятия, а также эффективное стимулирование их деятельности может в значительной мере повысить производительность их труда. Задачей управления персоналом является стимулирование персонала с целью повышения эффективности производства за счет всестороннего развития и разумного применения творческих сил человека; повышение уровня его квалификации, компетентности, ответственности, инициативы.

Существовавшая у нас в стране система стимулирования трудовой активности в значительной мере оказалась малоэффективной и стала одной из причин кризиса труда. Несмотря на богатейшие природные ресурсы, экономика страны оказалась в тяжелом состоянии.

Так называемый дешевый труд на самом деле очень дорого обходится обществу. Он малопроизводителен, не дает возможности заработать больше, убивает инициативу и тем самым препятствует росту производительности труда, ухудшая условия труда и его организацию. Такое положение ведет к чрезмерному износу здоровья человека и понижению его работоспособности.

Стимулирование труда предполагает создание условий (хозяйственного механизма), при которых активная трудовая деятельность, дающая определенные, заранее зафиксированные результаты, становится необходимым и достаточным условием удовлетворения значимых и социально обусловленных потребностей работника, формирования у него мотивов труда.

Государственные, частные, корпоративные предприятия на практике почувствовали, что развитие и успех рыночных отношений невозможен без поиска новых современных форм мотивации и стимулирования труда. В то же время во многих странах Западной Европы и в США мотивационные аспекты управления персоналом компаний и фирм приобрели большое значение, и эти методы и опыт мотивации могут быть с успехом перенесены на российские предприятия.

Все более активной становится тенденция к отказу не только от индивидуальной сдельной, но и от повременной оплаты труда. При этом система материального стимулирования ориентируется на фактическую квалификацию работника, а не на указанную в дипломе. Так, на западноевропейских предприятиях «Дженерал Моторз» повременная оплата труда отсутствует. Работники получают фиксированное жалованье за квалификацию, а не за количество человеко-часов, проведенных на своем рабочем месте. Под фактической квалификацией понимается способность работника не только выполнять свои служебные обязанности, но и участвовать в решении производственных проблем, разбираться в любом аспекте хозяйственной деятельности своего предприятия.

Большое распространение за рубежом получили системы участия работников в прибылях. Под системами участия работников в прибыли своей компании понимается, в первую очередь, разделение между ними и компанией той дополнительной прибыли, которая была получена в результате повышения произ-

водительности или качества. При этом рассматривается производительность всего предприятия или производственного участка, то есть групповая или коллективная эффективность и соответственно результаты работы, когда премируются все работники, а не несколько избранных. Все эти системы ориентированы на работников, получающих почасовую заработную плату, индивидуальные трудовые усилия которых не всегда напрямую связаны с конечным результатом (служащие, рабочие-повременщики).

К примеру, Лу Ното, глава нефтяной корпорации «Мобил», предложил две рекомендации:

1. Поставить перед людьми стимулирующую, ответственную задачу. Работа должна увлекать, человеку не должно быть скучно на рабочем месте.

2. Предложить людям возможности для профессионального роста, причем обозначить четкие условия для него (повышение квалификации, овладение определенными навыками, решение задач определенного уровня и т. д.).

На сегодняшний день должно происходить расширение и углубление функций стимулирования рабочей силы всех категорий. Основное значение должны приобрести стратегические вопросы совершенствования оплаты и поощрения за труд, превращение этого процесса в целостную систему. Политика в области стимулирования персонала в настоящее время должна полностью совмещаться с концепцией развития предприятия. Возникает необходимость в поиске новых инструментов стимулирования персонала, приближенных к реалиям современной отечественной экономики. Работой по стимулированию персонала на данном этапе должны заниматься все уровни управления фирмы: ее высшее руководство, руководство подразделений, кадровая служба.

При разработке системы стимулирования персонала необходимо ориентироваться на то, что она предназначена для России с ее историческими особенностями и генотипом народов. Поэтому к прямому заимствованию западного опыта даже в отдельных вопросах следует подходить осторожно. Когда речь идет о перенесении опыта в области технологии, порой возникают трудности. Если речь идет об управлении людьми, то огромное значение приобретают внеэкономические факторы: общественная мораль, традиции, социальная среда и т.д.

ПОВЫШЕНИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА КАК ЗАЛОГ ВЫЖИВАНИЯ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА.

В.В. Жуков

Волжский политехнический институт (филиал) ВолгГТУ

Задача повышения производительности труда всегда являлась ключевой в процессе повышения конкурентоспособности конкретного предприятия, отрасли и экономики страны в целом. И чем выше была конкуренция в той или иной отрасли, тем острее стояла данная задача. Те, у кого получалось эффективно решать данную задачу, развивались и увеличивали свое превосходство на рынке. Кто не мог ее решить, начинал претерпевать стагнацию или уходил с рынка.

Наблюдаются две тенденции:

1. В период стабильности и роста рынка внимание руководителей и собственников сосредоточено, как правило, на завоевании рынков, росте выручки. Затратам уделяется мало внимания.

2. В период кризиса внимание руководителей и собственников сосредоточено, как правило, на снижении затрат. На втором месте – как удержать выручку на прежних показателях, реже – как ее поднять.

Безусловная польза кризиса в том, что он заставляет руководителей серьезно задуматься о затратах предприятия и о повышении эффективности работы организации.

Зачастую, самыми доступными способами снижения затрат во время кризиса являются:

1. Сокращение арендных платежей (переезд на меньшую и дешевую площадь).

2. Сокращение складского запаса (снижение нормы запаса, распродажа неликвидов).

3. Сокращение фонда заработной платы (урезание премий, сокращения). Более 80% российских компаний сокращают людей или зарплаты. Вопрос в том, как сократить затраты на персонал во время кризиса так, чтобы не потерять в эффективности работы. Ведь что-то же люди до этого делали, чем-то были полезны организации.

Производительность труда - это, по сути, показатель эффективности использования трудовых ресурсов. Обременение предприятия излишними кадровыми ресурсами, и, как следствие, наблюдающейся низкой производительностью труда, делает их неповоротливыми и сильно уязвимыми при изменении рыночной конъюнктуры. Поэтому, в нынешней ситуации, в первую очередь проблемы испытывают предприятия с низкой производительностью труда, обуславливающей высокий уровень себестоимости производимой продукции или услуг. Конечно, на себестоимость оказывают влияние и другие факторы, но производительность труда является ключевым. У данных предприятий запас прочности (по доходности) достаточно низкий. При постоянном увеличении спроса на их продукцию на рынке, они чувствовали себя нормально. Низкую производительность труда нивелировали повышенный спрос на продукцию и предложение «дешевых денег» в экономике. Сокращение спроса и удорожание денег приводят к появлению у них очень серьезных проблем, и в отсутствие достаточного запаса прочности эти проблемы появляются очень быстро.

По производительности труда наша страна далеко не в первых рядах. В последние предкризисные годы в России рост заработной платы опережал рост производительности труда, в зависимости от сферы экономической деятельности в 1,5 - 2,5 раза. Это еще более усугубляло ситуацию. Опережение роста заработной плат было обусловлено, в первую очередь, сложившимся в стране, в связи с экстенсивным развитием экономики, кадровым дефицитом. Об этом и говорилось и писалось очень много. По мере развития экономики, перед ком-

паниями и органами государственной власти вставляли все новые и новые задачи, которые требовали привлечения новых трудовых ресурсов. Спрос на данные ресурсы стал превышать во многих случаях предложение, что обусловило высокий (порой запредельный) рост заработных плат. Дефицит и удорожание того или иного ресурса должны приводить к более рациональному его потреблению, и, вроде бы, самое время было задуматься об этом. Кто-то задумался и предпринял соответствующие меры, но подавляющее большинство работодателей волновал вопрос - где взять и откуда привлечь новые трудовые ресурсы. Они обвиняли при этом всех подряд в создавшейся ситуации дефицита кадров.

Сейчас, в связи с кризисом, ситуация в корне изменилась и проблемы кадрового дефицита, в условиях сокращения экономики, ушли на второй план. Наоборот, наблюдается избыток персонала и на многих предприятиях, да и в органах власти наблюдаются увольнения и сокращения сотрудников. При падении спроса происходит снижение рентабельности бизнеса, и наиболее уязвим бизнес с низкой рентабельностью. В низкорентабельном бизнесе, при прочих равных условиях, как правило, низкая производительность труда. Высокорентабельные компании, обладающие достаточным запасом прочности, пройдут этот кризис, укрепив свои позиции, и, скорее всего, еще более повысят свою эффективность. Таким образом, компаниям сейчас необходимо создавать запас прочности, чтобы преодолеть кризис, а для этого необходимо работать над повышением производительности труда. И, когда кризис закончится, не сворачивать с пути постоянного увеличения производительности труда ни под каким предлогом.

Простое сокращение персонала в кризис позволяет компании что-то сэкономить в краткосрочной перспективе, но практически никак не отражается на итоговой эффективности организации в долгосрочной перспективе. Простое сокращение персонала в кризис не является действенной антикризисной мерой. Ключ к повышению эффективности работы организации, выживанию в кризис и лидированию – повышение производительности труда благодаря разделению (перераспределению) труда между сотрудниками организации, внедрению современных бизнес-технологий. Это очень мощный резерв для повышения эффективности компании во время кризиса.

К основным факторам, влияющим на повышение производительности труда, являются реинжиниринг бизнес-процессов, модернизация производства и повышение квалификации персонала. Эти факторы должны стать основополагающими в работе любого руководителя, и с этим сложно не согласиться.

Успех не приходит сам, необходимы целеустремленные, энергичные действия руководства, основанные на тщательном анализе сложившейся обстановки. Если компания в условиях кризиса не располагает достаточной информацией для выработки тщательно продуманной антикризисной программы, необходимо как можно быстрее реализовать хотя бы какой-то план.

Кризис сделал рынок еще более тесным. Выживут и вырвутся вперед те, кто использует бизнес-технологии, те, у кого лучше оптимизирована структура,

квалифицированные функции отделены от не квалифицированных, отлажены бизнес-процессы, как следствие, оптимизированы затраты.

Широко распространено мнение, что каждый кризис - это не только угроза существованию компании, но и новые возможности для будущего ее процветания. Любой кризис, тем более глобальный, чреват не только широким набором рисков, но часто и не менее широким набором возможностей. Очень важно не только нейтрализовать угрозы, но и выявлять и развивать основы будущего успеха.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ КОНТРОЛЯ НАД ОСТАТКАМИ ОБОРОТНЫХ АКТИВОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

Е.М. Карпова, О.А.Гаврилова

Волжский политехнический институт (филиал) ВолгГТУ

Производственные ресурсы играют важнейшую роль в производственной и хозяйственной деятельности любого предприятия, они обеспечивают бесперебойную и эффективную работу и выступают в качестве затрат предприятия. Следовательно, они являются финансовыми переменными, влияющими на производственно-финансовые результаты работы, и подлежат прогнозированию, регулированию, строгому учету и контролю. Для этих целей разработана модель контроля за остатками производственных ресурсов, позволяющая эффективно управлять остатками ресурсов в целях повышения финансовых результатов деятельности компании. Модель представлена 7 блоками:

Блок I – Стратегия. В данном блоке рассматривается необходимость соединения корпоративной стратегии с целями отдельных подразделений и специалистов. Распределение и потребление ресурсов должно вестись в соответствии с выработанной стратегией предприятия. Несовпадение задач на низших уровнях управления с целями предприятия приводит к дисбалансу распределения и использования производственных ресурсов. Задача менеджеров разных уровней управления – контроль за поступлением ресурсов.

Блок II – Нормирование. В нем выделяют следующие этапы:

1. *Определение норм расхода запасов.* Важнейшей составляющей эффективной работы производственного предприятия является разработка и соблюдение норм расхода всех видов ресурсов.

2. *Установление бюджетных ограничений в использовании производственных ресурсов.*

3. *Аналитический учет запасов в резерве складских ячеек и обеспечение онлайновой аналитической обработки данных в этих ячейках.*

На данном уровне осуществляется лимитирование удельного потребления ресурсов в целях предотвращения негативного влияния возмущающих факторов.

Блок III – Планирование. Он включает: прогнозирование объемов продаж, планирование объемов производства, определение оптимальных уровней всех видов производственных запасов.

Запасы представляют собой оборотный капитал. С одной стороны, чем их меньше, тем эффективнее производство, с другой стороны, наличие недостаточного уровня запасов может приводить к сбоям в производстве и в сбыте, что отрицательно сказывается на эффективности производства.

Профессор Ж. Тироль, рассматривая важность и необходимость запасов для осуществления фирмы, отмечает, что постоянный шок спроса невозможно сгладить наличием запасов [1, с. 117].

Между наличием производственных ресурсов, выпуском и реализацией продукции (относящейся к производственным ресурсам) наблюдается временной лаг. Текущие запасы выполняют роль ограничителя, а цена и объем производства выполняют роль регулятора запасов.

В соответствии с указанным можно выделить следующие основные позиции данного блока.

1. *Мониторинг запасов.* Для нормальной работы производственная фирма поддерживает три категории страховых запасов: запас сырья, материалов и комплектующих; незавершенное производство; готовая продукция. Данные запасы выполняют защитную роль на случай непредвиденных событий (сбои поставок, поломка оборудования и др.).

2. *Классификация запасов по категориям и определение их взаимосвязей.* Для осуществления контроля за покупками и вложениями капитала в запасы товарно-материальных ценностей в регистрах бухгалтерского учета по каждому виду материальных ценностей необходимо указывать их минимальные остатки и максимальный запас [2].

3. *Аналитический учет запасов в резерве складских ячеек и обеспечение онлайн-аналитической обработки данных в этих ячейках.* На данном уровне осуществляется лимитирование удельного потребления ресурсов в целях предотвращения негативного влияния возмущающих факторов.

4. *Использование системы «канбан».* Система «канбан» – это технология обеспечения минимизации запасов и контроля за соблюдением технологии. Суть этой системы в открытии карточек и производственного заказа. На основании карточки отбора осуществляется получение всех необходимых материалов и деталей, а карточка производственного заказа сопровождает производство продукции на всех стадиях производства.

Профессор К. Друри отмечает, что в условиях высокой инфляции фирмы вынуждены держать больше запасов, чем требуется из-за предстоящего роста цен. Но одновременно с этим некоторые виды запасов могут устаревать. Следовательно, контроль за запасами необходимо осуществлять в форме построения моделей оптимальных запасов [3, с. 555].

Блок IV – Резервный запас. Данный блок включает следующие позиции: анализ делового риска; выявление видов деятельности, отвлекающих ресурсы от решения ключевых проблем; создание резервов за счет их устранения; анализ дисконтированной стоимости запасов производственных ресурсов; создание страхового резерва.

Блок V – Оценка запасов. Оценка может осуществляться по наименьшей стоимости: учетной или рыночной. Данное правило оценки опирается на принцип консерватизма и на принцип соотношения доходов и затрат. При росте цен на товарно-материальные запасы уже закупленные запасы отражаются по прежней стоимости, и прибыль не отражается до момента их реализации. При уменьшении цен отражается убыток.

Блок VI – Алгоритм контроля. В данном блоке выделено три позиции:

1. *Затраты.* На данном этапе осуществляется оперативный технико-экономический и факторный анализ производственных ситуаций на базе учетной информации об отклонениях от норм издержек производства, что позволяет регулировать их с учетом сложившихся параметров ресурсопотребления и контролировать фактические тенденции изменения норм с учетом времени.

2. *Остатки ресурсов.* В рамках данной позиции осуществляется контроль за ресурсами на начало, конец периода и за их изменениями за период. Все это важно с точки зрения управления себестоимостью продаж, которая корректируется с изменениями стоимости производственных ресурсов. Контроль за остатками ресурсов может осуществляться на основе метода «инвентарной книги».

3. *Фактическая себестоимость.* Фактическая себестоимость = Затраты по элементам ± Изменение остатков производственных ресурсов.

Блок VII – Принятие решений. По результатам контроля принимаются оперативные, тактические и стратегические решения, которые могут заключаться в необходимости проведения инвентаризации запасов, пересмотре действующих норм, экономическом расчете потребности в запасах с учетом меняющейся экономической ситуации и др. [4].

Использование представленной модели «Контроль за остатками оборотных активов на предприятии» позволит наиболее эффективно организовать управление ресурсами, что положительно скажется на производственном процессе и на финансовых результатах деятельности предприятия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Тироль Ж. Рынки и рыночная власть: теория организации промышленности (в 2 т.): Пер. с англ.; под ред. В.М. Гальперина, Н.А. Зенкевича. Эконом. шк., С-Петербург. гос. ун-т экономики и финансов. Высш. шк. экономики, 2000. – 328 с.

2. Бабаева З.Ш. Бухгалтерский учет в зарубежных странах. – Ростов н/Д.: Феникс, 2007. – 256 с.

3. Друри К. Введение в управленческий и производственный учет / Пер. с англ.; под ред. Н.Д. Эриашвили. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Аудит, ЮНИТИ, 1998. – 783 с.

4. Бердникова Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия – М.: ИНФРА-М, 2004. – 215 с.

АДАПТАЦИЯ КАК АТРИБУТИВНОЕ СВОЙСТВО ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ИЗМЕНЯЮЩЕЙСЯ РЫНОЧНОЙ СРЕДЫ

Г.И. Лукьянов, В.В. Волченко

Волжский политехнический институт (филиал) ВолгГТУ

Современный этап мировой истории характеризуется интенсивным развитием общества, что, безусловно, определяет актуальность проблемы адаптации. С самого начала развития общества процессы адаптации стали занимать существенное место в ходе эволюции социума. Адаптация стала необходимым фактором динамики общества, который сглаживает неравномерность развития подсистем, элементов и институтов социума, способствуя более целостному, более комплексному формированию социальной системы. Общественные изменения и перемены, являясь необходимым условием развития общества, были результативны не только благодаря плодотворности социальных инноваций, но и в силу универсальности механизма адаптации, через который сохраняется и транслируется человеческий опыт, усваиваются новые общественные практики.

Современные общественные процессы модернизации, глобализации, информатизации, требуют от человека и от институтов общества специфически и качественно новых стратегий и тактик приспособления, учитывающих всю многомерность и сложность современных изменений, неведомых ранее человечеству.

В политической сфере изменения вызваны процессами демократизации и интеграции, потребовавшими пересмотра сложившихся ранее форм политической деятельности и формирования новых, адекватно отвечающих внутреннему состоянию государства и мировой политике. В экономической сфере это связано с изменением форм собственности, доминированием рыночной системы отношений, с развитием производительных сил на основе роботизации и автоматизации производственных процессов.

Кризисная ситуация, ставшая характерной для многих российских промышленных предприятий в последние годы, привела к осознанию необходимости изменения методов управления, целевой ориентации предприятий, а также анализа влияния факторов внешней и внутренней среды. Достижение поставленных целей в условиях рыночной экономики возможно только на основе использования современных принципов и методов адаптивного управления промышленными предприятиями.

На сегодняшний день понятие «адаптация», занимает одно из центральных мест в науке и успешно употребляется в самых различных областях знаний. Именно адаптация отражает и раскрывает тот великий закон бытия, действующий как на природном, так и социальном уровне, позволяющий достигать гармонии и целостности во всеобщем развитии. Термин «адаптация» обрел незаменимое значение и трактуется двояко. С одной стороны, его употребляют для обозначения свойств человека, которое характеризует его устойчивость к

условиям среды, выражая уровень приспособленности к ней; с другой, адаптация выступает как процесс приспособления человека к меняющимся условиям. Причем здесь важно видеть взаимный характер адаптации человека и той среды, с которой он вступает в регулятивные адаптационные связи в труде и жизни.

Термин «адаптация» широко используется при характеристике систем различного порядка. Так, Г.А. Балл считает, что при рассмотрении понятия адаптации, необходимо исходить из универсального характера тенденции к установлению равновесия между компонентами реальных систем. Тенденция к достижению равновесия, в которой находит одно из проявлений принцип законосообразности бытия, имеет место на всех уровнях развития материи, охватывает все формы ее движения - от физической до социальной.

До настоящего времени в экономической литературе еще не сложилась единая точка зрения по определению понятия «адаптация». Так, термины «саморегулирующаяся система», «эволюция», «норма», «привыкание», «организация» и другие имеют в плане понятия адаптации близкое содержание. Эволюция предприятий с изменениями внешней среды, она не является привнесенной в экономику извне. Сами изменения внешней среды инициируются внутренними причинами динамики экономики. Следовательно, экономика, как система содержит внутренний источник развития. Внешняя среда предприятий во многом является внутренней составляющей экономики.

Адаптационная деятельность становится невозможной без организационных и технологических инноваций, а переход к новому равновесию требует приспособления к изменяющейся внешней среде. Функционирование предприятий предполагает существование в равновесном состоянии, когда каждый элемент приобретает устойчивость, что способствует стабилизации структуры, тем самым самовоспроизводится достигнутое равновесное состояние и создаются предпосылки его оптимизации за счет упорядочения внутренних процессов и связей.

В экономической литературе под адаптивностью понимается процесс целенаправленного изменения параметров, структуры и свойств объекта в ответ на происходящие изменения. Исходя из современных стратегических подходов к управлению, адаптивность и гибкость не могут расцениваться как синонимы. Адаптивность предполагает переориентацию системы, следующую за произошедшими изменениями внешней среды, а гибкость обеспечивается только при условии предвидения будущих изменений до их наступления, лишаящего предприятие возможности реагировать.

Чтобы управлять изменениями в современных условиях глобализации экономики и развитой информационной сети необходимо регулировать фактор риска, на всех уровнях управления предприятием. Риск – это адекватная характеристика уровня неопределенности, связанная с возможностью отклонения реального протекания наблюдаемого (управляемого) процесса от предполагаемого сценария и ожидаемого результата.

Стратегическое управление при таких условиях представляет собой гибкую реакцию на изменяющуюся внешнюю среду и рассматривается как постоянная и упреждающая реакция на модификацию потребностей и предпочтений потребителей. В условиях конкуренции предприятие стремится не только выжить, но и завоевать лидирующие позиции на рынке.

В процессе управления конкурентоспособностью предприятия одной из важнейших задач является способность адекватно реагировать на воздействие внешней и внутренней среды. Воздействия носят случайный характер и выводят систему из равновесного состояния, нарушая ее устойчивость. Эффективное управление в таких условиях заключается в установлении соответствующих параметров устойчивости и способов реакции системы на воздействия, определение эффективности и скорости реакции на кризисные ситуации, а также в разработке рекомендаций по улучшению устойчивости системы. Предприятие должно уметь целенаправленно изменяться в соответствии с изменившимися условиями, приспособливаясь к ним.

Недостаточно четкое представление о внутренних механизмах развития этих процессов и отсутствие устойчивых закономерностей в функционировании экономики страны, делают проблематичным применение старого багажа знаний для построения адекватных моделей и получения с их помощью надежных прогнозных расчетов. В этой связи роль адаптивного управления предприятиями и масштабы его практического применения в современной экономике значительно возрастают.

ИННОВАЦИОННЫЙ РИСК В СТРАТЕГИЧЕСКИХ РЕШЕНИЯХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.

Г.И. Лукьянов, Д.В. Медведенко, Е.И. Прасолова

Волжский политехнический институт (филиал) ВолгГТУ

В условиях рыночных отношений развитие предприятия должно осуществляться преимущественно на основе динамично разрабатываемых и реализуемых инноваций, поскольку обеспечение конкурентоспособности предприятий в долгосрочной перспективе базируется преимущественно на вовлечении новых знаний в процессе их функционирования. При переходе экономики к инновационному типу развития изучение проблем эффективного принятия и реализации управленческих решений использования персонала на предприятии приобретает особую значимость в связи с тем, что акценты от производства физического капитала смещаются к производству и накоплению человеческого капитала, в результате чего у человека происходит формирование инновационного мышления, нового качества образовательного уровня, необходимого в условиях высокотехнологического и наукоемкого производства.

В настоящее время успех реализуемых стратегий развития в российских и зарубежных предприятиях основывается на их высокой инновационной активности. Однако инновационное развитие предприятий неизбежно сопряжено с риском по сравнению с реализацией стратегических программ, направленных

на интенсификацию и простое расширение бизнеса, поскольку принимаемые решения в отношении инновационного развития не всегда обеспечены репрезентативной и достоверной информацией, а также адекватными методами обоснования решений.

Инновации могут проявляться в форме выпуска новых продуктов или оказания новых услуг, освоения в производстве новых технологий и новой техники, вовлечения в производственный процесс новых видов сырья и материалов или их получения из новых источников, использования новых форм и методов организации производства, труда и управления.

Основным механизмом функционирования системы управления является вертикаль взаимоотношений вышестоящего и нижестоящего. Как тип культуры, выработанных людьми в процессе совместной жизнедеятельности системы ценностей, норм и способов поведения, необходимых для нормального функционирования совместной жизни, этот метод объединяет ныне существующие системы управления.

Суть управления персоналом заключается в человеческом ресурсе, добытом в конкурентной борьбе на рынке труда, что и составляет ценность предприятия от использования знаний работников. Необходимо стимулировать, мотивировать и развивать персонал. В настоящее время в условиях массового производства от работников требуют качеств, которые не то чтобы не формировались, а сводились к минимуму. Вследствие чего наблюдается удешевление стоимости рабочей силы и упрощение труда. К таким качествам относятся: высокопрофессиональное мастерство, умение принимать самостоятельное решение, навыки коллективного взаимодействия, ответственность за качество продукции и другие. В настоящее время одной из характерных черт является зависимость производства от качества рабочей силы, форм ее использования, уровня привлечения к делам управления предприятием. Управление персоналом приобретает все большее значение как фактор повышения конкурентоспособности и успешного, перспективного развития предприятия.

Конфликт может вызвать снижение эффективности выполнения решения, увеличивать затраты на его выполнение, повышать риски. Причинами конфликтов могут быть различные обстоятельства. С одной стороны, часть менеджеров руководствуются в своих действиях стереотипами, институциональными нормами административной экономики. С другой стороны, пока слабо внедрились и не всегда верно понимаются нормы и правила рыночной экономики.

На предприятиях отсутствие информации об интересах индивидуумов, а так же о быстрых способах разрешения противоречий приводит к увеличению доли латентных конфликтов. Интересы, согласование которых осуществляется в ходе подготовки и реализации управленческих решений, с определенной долей условности можно разделить на внутренние и внешние. Внутренними считаются интересы структурных подразделений, личностей, групп людей внутри организационно-производственных систем по поводу мотивации, распределения ресурсов, признания, отношения к властным функциям, собственности и

т.п. К внешним относятся столкновения интересов двух и более организаций (юридических лиц) по поводу ресурсов, рынков сбыта, цен и тарифов и т.п.

В теории менеджмента известны три основных подхода к определению численности персонала: аналитико - нормативный, маржиналистский, экспертно-статистический. Узкие сферы приложения для маржиналистского подхода и, как правило, недостаточная статистическая база затрудняют их применение на промышленных предприятиях. В связи с этим, представляется в качестве дополнительного прикладного метода целесообразным рассмотреть административный метод.

Согласно административному методу цехам и участкам задается базовый фонд заработной платы и показатель сокращения численности, одинаковый для всех. При этом не учитываются технико-технологические условия, характер межструктурного взаимодействия, состояние основных средств и т.п. Стимулирующим фактором выступает то обстоятельство, что сначала вся экономия фонда заработной платы, а по мере обеспечения компенсационных выплат основная ее часть остаются в распоряжении структурного подразделения. Невыполнение установленных заданий, наоборот, вызывает применение административных мер к руководству подразделения.

Важное требование при планировании численности персонала – правильный качественный индикатор, который, во – первых, устанавливает профессионально – квалификационную структуру (профессия и соответствующая квалификация) и, во-вторых, содержание и характер труда. Однако рассчитанная по нормативам численность персонала может дать неоднозначный результат. Более сложный процесс наблюдается при сопоставлении численности работников в цехах для целей регулирования. В этом случае необходимо, во-первых, классифицировать их по сопоставимым группам и, во-вторых, в этих группах выделить соответствующие критерии.

Роль таких критериев могли бы сыграть, например, удельный вес работающих по нормированным заданиям и по нормативам численности, удельный вес работающих по сдельным расценкам. Экспертным путем определяются поправочные коэффициенты, учитывающие удельный вес (численность) каждой группы и выводится интегральный коэффициент. Любой из рассмотренных методов дает лишь ориентиры лицу, принимающему решение. При этом величина поправочных коэффициентов зависит от задания подразделению.

В современной мировой практике при анализе воспроизводства человеческих ресурсов акценты начинают смещаться в сторону личностных характеристик. Важнейшей составляющей становится закономерное изменение явления или процесса во времени, его количественное, качественное и структурное преобразование. В условиях современного кризиса каждому предприятию особенно важно правильно оценить создавшуюся рыночную обстановку с тем, чтобы предложить эффективные средства конкурентной борьбы, которые, с одной стороны, отвечали бы сложившейся в России рыночной ситуации и тенденциям

ее развития, а с другой, отражали возможности и ресурсы, вовлекаемые в производство.

КАДРОВАЯ ПОЛИТИКА КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Г.И. Лукьянов, В.В. Аниськина, М.С. Пшеничников
Волжский политехнический институт (филиал) ВолгГТУ

Реализация целей и задач управления персоналом осуществляется через кадровую политику, представляющую собой комплекс основополагающих принципов, которые реализуются кадровой службой как стратегическая линия поведения в работе с персоналом. Кадровая политика – это целенаправленная деятельность по созданию трудового коллектива, который наилучшим образом способствовал бы достижению целей и приоритетов предприятия и его работников.

Одной из причин, тормозящих перевод экономики регионов на рельсы эффективного развития, являются недостатки в функционировании социально-экономических подсистем кадрового обеспечения, обуславливающие дефицит квалифицированных специалистов во многих регионах России даже в условиях значительного числа ищущих работу. Дисбаланс профессионально – квалификационной структуры спроса и предложения на региональных рынках труда поддерживает хроническую нехватку необходимых специалистов для реального сектора экономики страны.

Главным объектом кадровой политики является персонал предприятия как решающий фактор производства. От квалификации работников, их профессиональной подготовки, деловых качеств, желания и удовлетворения трудом в значительной мере зависит эффективность функционирования предприятия. Отраслевая, профессионально-квалификационная структура подготовки кадров в полной мере не отвечает потребностям региональной экономики, квалификация подготавливаемых специалистов вызывает нарекания работодателей, усиливается дисбаланс между профилями подготовки кадров и структурой востребованных в регионах профессий.

На практике бизнес и кадровая стратегия должны быть тесно взаимосвязаны. Кадровая стратегия различных предприятий направлена на обеспечение предприятия персоналом, квалификация и мотивация которого отвечает стоящим перед бизнесом задачам. Соответственно и кадровая политика имеет перед собой те же цели и задачи. В целом кадровая политика как инструмент управления – это организующая деятельность, направленная на объединение усилий всех работников предприятия для решения его производственных и социальных задач.

В настоящее время перед крупными промышленными предприятиями ставятся новые экономические задачи: формирование структуры и состава рабочих мест; обоснование мотивации трудовой деятельности; повышение квалификации и обучение рабочих, формирование кадрового резерва. Отсутствие

на предприятиях современных методик по оценке труда, формальный и уравни- тельный подходы приводят к негативным последствиям. Неквалифицированный, тяжелый, непрестижный труд в материальном производстве и сфере услуг оказался уделом иммигрантов.

Формирование рыночной экономики в России происходит в условиях глубокой трансформации труда. Кадровая политика должна быть нацелена на повышение эффективности работы персонала. Можно выделить два основных пути формирования эффективной кадровой политики: ориентации на собственный персонал, на степень открытости по отношению к внешней среде; осознание правил и норм, которые лежат в основе кадровых мероприятий, и непосредственное влияние управленческого аппарата на кадровую ситуацию предприятия.

Таким образом, новые задачи управления персоналом требуют, в свою очередь, совершенствования кадровой службы, прежде всего ее участия в решении перспективных производственных задач, включая квалификацию кадров, формирование кадрового резерва, отбора и найма на работу, внутрипроизводственную конкуренцию. Необходимо совершенствовать технологию кадровой работы, ее техническое и информационное обеспечение. При разработке мероприятий по реализации кадровой политики следует учитывать ее влияние не только на показатели эффективной работы предприятия, но и на его ресурсное обеспечение и прежде всего на ограниченность финансовых ресурсов.

Успешное использование кадрового потенциала во многом определяется и будет определяться в будущем разработкой научно обоснованных рекомендаций по повышению эффективной деятельности всех работающих, включая подбор, расстановку кадров и их деятельность.

МАРКЕТИНГОВАЯ КОНЦЕПЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Г.И. Лукьянов, С.М. Иванова, В.П. Остахин

Волжский политехнический институт (филиал) ВолгГТУ

Социально-экономические проблемы, с которыми продолжает сталкиваться Россия, свидетельствуют о недостаточной устойчивости позитивных тенденций развития, как в целом экономики, так и главным образом, хозяйствующих субъектов. Российская экономика, преодолев этап реформ, связанных с переходом к рыночным отношениям, продемонстрировала в последние годы достаточно устойчивое развитие: увеличивался ВВП страны; достигнут профицит государственного бюджета; обеспечена относительная стабильность национальной валюты и т.д.

Вместе с тем, не отвечающая современным требованиям структура производства в регионах по видам экономической деятельности, сохраняющаяся преимущественно сырьевая ориентация экономики страны в целом стали одним из факторов того, что последствия мирового финансового кризиса для России оказались по многим позициям тяжелее, чем для других промышленно развитых стран. Дисбаланс профессионально-квалификационной структуры спроса и

предложения на региональных рынках труда поддерживает хроническую нехватку необходимых специалистов для реального сектора экономики страны.

Политика реформирования предприятий, одним из главных направлений которой является совершенствование системы управления, послужила стимулом для создания служб маркетинга на предприятиях. Именно маркетинг является главной концепцией управления предприятием в условиях рынка, цель которого заключается в обеспечении рентабельности финансово-хозяйственной деятельности, достижении конкурентных преимуществ, повышении эффективности работы всего предприятия за счет наиболее полного удовлетворения потребностей потребителей.

Роль маркетинга в ситуациях кризиса возрастает как никогда: именно маркетологи помогают компании выжить за счет поиска новых ниш, перестройки продуктовой политики, поиска новых резервов и новых точек приложения усилий. Суть социально-экономической стратегии реформирования страны – в ее постепенном движении к российскому варианту постиндустриального общества, с современными характеристиками качества жизни народа и среды его обитания на основе формирования нового, технологического способа производства и многоукладной, социально-ориентированной рыночной экономики.

Концепция маркетинга появилась в США в 20-е годы XX века, как реакция на негативные проявления бурно развивающегося «дикого» рынка: непредсказуемость развития, чрезмерная стихийность, неупорядоченная конкуренция, тенденция к росту монополизации и т.п., грозившие серьезными экономическими и социальными потрясениями. Руководители предприятий всерьез обратились к этому направлению только в начале 50-х годов XX века в связи с ужесточением конкуренции и насыщением рынка.

Термин «маркетинг» (от англ. «market» - рынок), буквально означающий рыночную деятельность, работу с рынком, появился в экономической литературе в США в начале XX в. За это время было разработано множество определений маркетинга: от самых кратких до развернутых и детализированных, охватывающих цели, принципы, функции и методы маркетинга. На этапах развития рынка, связанных с уровнем его насыщения и конкуренций, изменялись и концепции управления: от ориентации на производство, на продукт, предлагаемый рынку, на активизацию сбытовой деятельности, к ориентации на потребителя, его потребности.

Приведенные выше определения отражают экономическую сущность маркетинга, заключающуюся в достижении более высоких результатов деятельности за счет реализации различных маркетинговых стратегий. Анализируя стратегии бизнеса, многие приходят к заключению, что маркетинг – это деятельность, направленная на создание спроса. Однако такое сравнение представляется неправомерным, чрезмерно сужает рамки маркетинга и не раскрывает его сущности. Другой крайностью является чрезмерно широкое толкование

маркетинга. Многие специалисты по управлению считают, что все, что делается в сфере бизнеса, все представляет собой или включается в понятие «маркетинг»

По мере интеграции концепции маркетинга в сферу производства система управления предприятием испытывает трансформацию целей и задач, решение которых будет способствовать достижению поставленного результата. Взаимодействие спроса и предложения – это непрерывный процесс удовлетворения и воспроизводства нужд и желаний отдельных индивидуумов или их групп. Этот процесс базируется на тесном взаимодействии таких социально-экономических категорий, как нужда, спрос, потребность, покупка и потребление конкретного товара или услуги. Маркетинг применяется независимо от того, в какой степени развиты рыночные отношения, т.к. выступает в виде реальной системы, которая увязывает внутреннюю и внешнюю деятельность предприятия, а также координирует взаимодействие всех субъектов, входящих в данную систему.

Рассмотрение маркетинга как системы во взаимодействии ее элементов обеспечивает наибольшую эффективность маркетинговой деятельности на предприятиях только в том случае, когда вся совокупность элементов объединена постоянной связью, имеется общая цель и все элементы содействуют достижению конечной цели предприятия. Организация же системы управления хозяйствующим субъектом предполагает приведение в состояние необходимой упорядоченности и единства взаимодействия всех ее элементов, что будет обеспечивать эффективный режим функционирования всего процесса управления.

РИСК В УСЛОВИЯХ МАРКЕТИНГОВОЙ СРЕДЫ

Г.И. Лукьянов, Е.А. Резникова, О.А. Тюпин

Волжский политехнический институт (филиал) ВолгГТУ

Включенность социального пространства бизнеса в многообразие социальных полей современного общества посредством его сопряженности с институтами публичной власти является необходимым условием продуцирования экономических инноваций. **В настоящее время управление рисками становится неотъемлемой частью непрерывного роста и развития своего бизнеса.** Ключевым в процессе формирования управленческих методик воздействия на риск становится разработка модели оценки величины риска.

Однако ситуация осложняется имеющейся путаницей в определении собственно категории «риск». Инновационное развитие организации неизбежно сопряжено с более высоким риском по сравнению с реализацией стратегических программ, направленных на интенсификацию и простое расширение бизнеса, поскольку принимаемые решения в отношении инновационного развития не всегда обеспечены репрезентативной и достоверной информацией, а также адекватными методами обоснования решений. Высокая рискованность инновационных процессов, обусловленная неопределенностью их внутренних параметров, усиливается непредсказуемой динамикой внешней экономической среды.

Среди множества определений риска, которые можно найти в литературе, в самых разных вариациях обыгрывается сочетание таких понятий, как «неопределенность», «вероятность», «событие», «ущерб». Во всех определениях риска выделяется в качестве сущностной такая черта риска, как опасность, возможность неудачи в условиях ограниченности ресурсов. Однако в частных науках, естественно, даются частные характеристики как деятельности, так и сопутствующим ей проявлениям. Что касается экономической литературы, то под хозяйственным риском понимается «опасность потерь, убытков в условиях, когда коммерческая, производственная деятельность происходит в ситуации неопределенности из-за недостатка информации; неотъемлемый компонент рыночной экономики.

Предприниматель в условиях хозяйственного риска должен уметь выбрать надежный из набора альтернативных вариантов, оценивая их с позиций приемлемого оправданного уровня риска

Обобщая различные определения риска, его можно определить, как «форму проявления человеческой субъективности в объективно обусловленных социальных ситуациях, фундаментальным признаком которых является ограниченность имеющихся ресурсов, что создает обстановку неопределенности и требует от социального субъекта выбора своего поведения в виде ответа на угрозы и вызовы»

В настоящее время недостаточно внимания в риск – менеджменте уделяется маркетинговым рискам, однако именно от этой части предпринимательской деятельности во многом зависит успешный сбыт продукции и получение доходов. Маркетологи, в свою очередь, также разрабатывают только отдельные проблемы управления рисками, такие, как минимизация ошибок выборки и систематических ошибок при проведении маркетинговых исследований.

Коммерческие риски, возникающие в процессе реализации товаров и услуг, в инновационной сфере существенно осложняются маркетинговыми рисками сбыта результатов инновационного проекта. Причиной их является в первую очередь ошибочная оценка рынка потребления. Данная причина характерна, прежде всего, для авторских инновационных проектов, разрабатываемых по инициативе автора инновации, а не под конкретного заказчика. В этом случае, как правило, переоценивается практическая значимость результатов проекта, вследствие чего возникает риск их игнорирования покупателями или ограниченного применения.

Для маркетинговых рисков в инновационной сфере характерны риски ошибочного выбора целевого сегмента рынка и ошибочной стратегии продаж новшества, что обусловлено, особенно в случае принципиально новых проектов, отсутствием информации о потенциальных потребителях новшества, либо ее приблизительностью. Предварительная оценка рыночного потенциала нововведения является наиболее сложной и недостоверной, поскольку существенное влияние здесь оказывают субъективные факторы покупательского поведения, плохо поддающиеся прогнозированию.

В управленческой литературе не существует устраивающего всех описания работы менеджера... в отношении содержания управленческого труда, а в определении (понятии) управления в управленческой мысли нет готовых ответов..., нет единого мнения по вопросу (содержания) управленческих функций», при этом управление определяется как «процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимый, чтобы сформулировать и достичь целей организации.

Практическая реализация данной функции не требует от маркетологов больших дополнительных усилий. Для выявления и оценки маркетинговых рисков с небольшой доработкой успешно могут применяться стандартные методики риск - менеджмента. Главное для начала деятельности по управлению рисками- это зафиксировать имеющиеся маркетинговые риски и определиться с методами воздействия на них. Логика маркетингового риск – менеджмента традиционна: выявление рисков; оценка рисков (определение вероятности и величины последствий); выбор и использование методов воздействия на риски; обмен информацией и контроль результатов.

В условиях нестабильной маркетинговой среды, когда повторение экономической ситуации для предпринимателя в одних и тех же условиях практически неосуществимо и отсутствует информация о возможности появления рисков событий, для выявления рисков можно использовать субъективные методы суждений и личный опыт эксперта, экспертные оценки, мнение финансового менеджера и т.д. Не исключено и применение эвристических правил, представляющих совокупность логических приемов отыскания истины. В качестве методов воздействия на уровень маркетингового риска заслуживают внимания следующие: принятие рисков на себя, избежание рисков, предотвращение убытков, уменьшение убытков и передача рисков.

Исходя из тесной связи между риском и принятием решения, риск должен брать на себя тот, кто принимает решение. Каждый человек имеет свою собственную, основанную на индивидуальном жизненном опыте систему оценки приемлемости риска и разных неблагоприятных последствий, связанных с его участием в различных сферах деятельности. В процессе рискованной деятельности человек сталкивается с ситуацией добровольного или вынужденного риска, разрешение которой зависит от его действия или бездействия.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ.

Г.И. Лукьянов, Е.А. Подопригора, М.Ю. Бурлаков

Волжский политехнический институт (филиал) ВолгГТУ

Кризисная ситуация, ставшая характерной для многих российских промышленных предприятий в последние годы, привела к осознанию необходимости изменения методов управления, целевой ориентации предприятий, а также анализа влияния факторов внешней и внутренней среды. Большинство отечественных предприятий, располагавших налаженной системой производственно –

хозяйственной деятельности, оказались способны адекватно и осознанно реагировать на постоянно изменяющиеся условия внешней среды в силу неразвитости рыночных инструментов гибкого, адаптивного управления.

Российская экономика, преодолев этап реформ, связанный с переходом к рыночным отношениям, демонстрировала в последние годы достаточно устойчивое развитие. Вместе с тем, мировой экономический кризис, в результате которого ухудшилось экономическое положение России, привел к интенсификации поиска путей дальнейшего развития страны, модели, которая способствовала бы переводу экономики на траекторию динамического развития на основе инноваций.

Наука и результаты использования новых знаний являются мощной производительной силой, реализовать возможности которой можно при переходе на инновационный тип развития экономики. Инновационная деятельность – это не просто процесс изменения продукции или технологии, осуществляемый отдельными производителями. В результате накопления научных открытий, изменения запросов рынка и внедрения все большего количества новшеств, происходит качественный скачок в способе производства материальных благ, т.е. смена технологического уклада, который определяется как совокупность базовых технологий создания группы товарной продукции, обладающей на данном этапе развития общества максимальной эффективностью (экономической, социальной и пр.)

В настоящее время перед крупными промышленными предприятиями ставятся новые экономические задачи: формирование структуры и состава рабочих мест; формирование фонда заработной платы по категориям работающих с применением многоуровневых тарифных сеток и установлением ставки 1-го разряда, с расчетом необходимой численности и количества рабочих мест; обоснование мотивации трудовой деятельности.

При формировании и реализации кадровой политики предприятия необходимо придерживаться приоритетности задач стратегического планирования; повышение производительности труда с обеспечением уровня оплаты; социальные гарантии и социальные отношения, согласованные с коллективом. Отсутствие на предприятиях современных методик по оценке труда, формальный и уравнительный подходы приводят к негативным последствиям. В настоящее время основными проблемами на промышленных предприятиях остаются: координация кадровой политики с рынком труда; применение многоуровневых тарифных сеток; мониторинг на региональном рынке важности профессий; согласование уровня информированности работников о проводимой кадровой политике.

В условиях рыночной экономики при формировании кадровой политики выделяют основные этапы: развитие кадрового потенциала предприятия; разработка методических рекомендаций, целевых программ по управлению человеческими ресурсами; создание оптимального варианта кадровой программы.

Новые задачи управления персоналом требуют совершенствования кадровой службы, прежде всего ее участия в решении перспективных производственных задач, включая квалификацию кадров, формирование кадрового резерва, отбора и найма на работу, внутрипроизводственную конкуренцию. Актуальными направлениями совершенствования кадровой политики на промышленных предприятиях являются: организация эффективной системы оплаты труда и премирования; оптимизация структуры управления персоналом и повышение уровня организации труда; установление групп среди подразделений и профессий в зависимости от количества, качества, новизны выпускаемых изделий и затраченного труда; разработка локальных премиальных положений; обеспечение роста удовлетворенности трудом, его условиями и результатами.

Таким образом, кадровая политика промышленного предприятия во многом определяется и будет определяться в будущем разработкой научно обоснованных рекомендаций по повышению эффективной деятельности всех работающих, включая подбор, расстановку кадров и их деятельность.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГА В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Ю.Н. Тищенко

Волжский политехнический институт (филиал) ВолгГТУ

Возможность и целесообразность маркетинга в управлении предприятием давно вызывает дебаты среди специалистов - маркетологов и учёных. Актуальность исследования обусловлена тем, что маркетинг является неотъемлемой частью жизнедеятельности общества. Он связан со всеми сферами деятельности, и поэтому необходимо знать как можно больше о его законах и специфике.

В настоящее время существует более 2 тысяч определений маркетинга, которые могут быть объединены в две крупные группы.

Первая группа определений характеризует так называемое классическое представление, сутью которого является рассмотрение маркетинга как предпринимательской деятельности, управляющей продвижением товаров и услуг от производителя к потребителю. Ограниченность такого подхода для творческого использования при разработке проблем маркетинга в сфере физической культуры и спорта связана, по крайней мере, с такими обстоятельствами, как: сведение маркетинга исключительно к товарам и услугам, преувеличение роли сбыта, игнорирование некоммерческих сфер деятельности и т.д.

Вторая группа определений, олицетворяющая современное представление, преодолевает в значительной степени недостатки классического подхода. На мой взгляд, наиболее полным и соответствующим сфере физической культуры и спорта является современное определение маркетинга, как предвидение, управление и удовлетворение спроса на товары, услуги, организации, людей, территории и идеи посредством обмена».

Таким образом можно сделать вывод о том, что маркетинг - это молодая и динамично развивающаяся наука, в которой постоянно происходят различные изменения и разрабатываются новые теоретические направления и методологические подходы. В подобных условиях крайне необходимы тематические периодические издания, в которых бы находили отражение последние изменения в различных областях этой науки.

Маркетинг как система состоит из совокупности следующих элементов: целей, принципов, функций, методов, внутренней и внешней среды, комплекса маркетинга. Использование маркетинга как управляющей системы предполагает изыскание возможностей постоянного уменьшения элементов неопределенности и риска в оценках, решениях и действиях.

В России маркетинг еще не получил достаточного распространения, но все большее число предприятий и организаций начинают успешно использовать его основные принципы в своей работе. Появляются специализированные маркетинговые компании, предоставляющие широкий спектр услуг на российском рынке. Руководители подавляющего большинства предприятий уже осознали необходимость маркетинговых подходов к управлению предприятиями и продукцией.

Маркетинговая структура имеет решающее значение для успешной реализации концепции маркетинга. Для осуществления всего комплекса работ и функций в сфере маркетинга, для их организации и координации в предпринимательских структурах создаются в зависимости от степени интеграции и охвата маркетинговой концепцией подразделений предприятия группы, отделы, службы и управления маркетингом. Такие образования служат соединительным звеном между работами (видами деятельности) и работниками, устанавливая соответствующий способ взаимодействия работников как внутри своего подразделения, так и формы отношений со смежными подразделениями предприятия и субъектами определяющей среды. В этом контексте организационное образование выступает как система определенной организационной структуры.

Особое внимание при разработке структуры предприятия должно быть обращено на рост специализации отдельных работ и возможность (необходимость) их департаментизации. В зависимости от ее направления - ориентации на ресурсы или на результаты - осуществляется департаментизация того или иного типа, например, по функциям, продукту, технологиям, численности, времени, территории, потребителю, рынку и т.д.

Возможность координации предопределяется как самой структурой предприятия, так и совокупностью отдельных частей ее и существующих устойчивых связей, отношений. Нарушение отношений может приводить к перерывам или полному прекращению взаимодействия, что снижает эффективность и устойчивость организационной структуры. Поэтому разработка структуры должна сопровождаться анализом вертикальных и горизонтальных, линейных и функциональных связей предприятия.

Маркетинг объективно занимает позицию одной из ведущих функций стратегического управления. Это весь бизнес, представленный в том виде, как он выглядит с точки зрения конечного результата, т.е. с точки зрения клиентов. Таким образом, маркетинг играет особую роль в стратегическом управлении, существенно выходящую за рамки функции продажи продукции и изучения спроса. Маркетинг выполняет в стратегическом управлении две функции:

- это средство сбора и обработки информации для разработки и определения стратегий фирмы;
- это средство осуществления стратегий фирмы.

Маркетинг и стратегическое управление находятся в диалектическом взаимодействии. С одной стороны, развитие маркетинга наряду с другими процессами способствовало переходу к стратегическому управлению. Маркетинг является одной из основ стратегического управления. В то же время переход к стратегическому управлению послужил мощным импульсом к развитию маркетинга и изменению его роли в фирме.

Следует отметить, что организация маркетинга на предприятии - это не формальное выделение специального подразделения, а, прежде всего рыночная переориентация в его деятельности, переход от традиционной ориентации на требования производства к ориентации на требования рынка. Как показывает опыт, служба маркетинга на предприятии формируется не сразу, а поэтапно, постепенно объединяя в себе основные функции маркетинга, до сих пор расчлененные по разным подразделениям (изучение рынка, формирование ассортимента, торговля и ценовая политика, реклама и т.д.).

В конкурентной, быстро меняющейся внешней среде производители вынуждены формировать план производства под рыночные условия. Необходимыми условиями при этом становятся гибкое производство, развитая информационная база маркетинга и его интегрированность с деятельностью других подразделений и служб предприятия.

ТЕХНОПАРК В ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

Е. В. Гончарова

Волжский политехнический институт (филиал) ВолгГТУ

Одна из тенденций мирового развития на сегодняшний момент – ориентация экономики на производство интеллектуального продукта, на развитие наукоемких отраслей и высоких технологий.

Наиболее перспективные формы стимулирования инновационного направления основаны на коммерциализации науки: создание новых инновационных структур, таких как технопарки, технополисы, свободные экономические зоны.

Необходимость создания технопарка на базе вуза региона обусловлена различными факторами. В вузах при осуществлении научно-исследовательской деятельности преподавателей и студентов возникает немало интересных идей.

Экспортировать их на запад нецелесообразно. Более выгодным представляется доработать инновационные проекты в России и запустить их в производство.

Причины неблагополучия в сфере НИОКР можно дифференцировать по двум направлениям: материально-финансовый аспект – недостаточный по среднемировым нормам объем финансирования и нерациональное использование выделяемых средств; кадровый аспект – чрезмерный количественный рост персонала и недостаточно качественный уровень его использования. В качестве решения проблемы по обоим направлениям можно предложить создание определенной организационной структуры. Процесс интеграции предприятий и вузов можно усилить посредством создания такой инновационной структуры, как технопарк.

Технопарк станет плацдармом для развития малых инновационных предприятий. Кроме того, реализация этой задачи будет способствовать формированию системы подготовки высших научных и управленческих кадров для промышленных отраслей.

Одним из ключевых моментов маркетингового развития НИОКР должна стать организация информационного взаимодействия научных школ и предприятий для усиления интеграции. Наиболее перспективные формы стимулирования данного инновационного направления основаны на коммерциализации науки. Эту задачу в совокупности с интеграцией предприятий и вузов можно решить посредством создания такой инновационной структуры, как технопарк. Задача технопарков – оказывать разностороннюю поддержку малым инновационным предприятиям, действующим в научно-технической сфере и области высоких технологий, особенно на начальном этапе их становления.

Международная ассоциация технологических парков в начале 2002 года предложила следующее определение:

«Технологический парк - это организация, управляемая специалистами, главной целью которых является увеличение благосостояния местного сообщества посредством продвижения инновационной культуры, а также состоятельности инновационного бизнеса и научных организаций. Для достижения этих целей технопарк стимулирует и управляет потоками знаний и технологий между университетами, научно-исследовательскими институтами, компаниями и рынками. Он упрощает создание и рост инновационным компаниям с помощью инкубационных процессов и процессов выведения новых компаний из существующих (spin-off processes). Технопарк помимо высококачественных площадей обеспечивает другие услуги».

Такое широкое определение технопарка имело своей целью объять все существующие в мире модели.

Организации, призванные стимулировать создание технологических парков на своей территории, определяют их более конкретно.

В целом анализ различных определений и трактатов данного понятия позволяет сделать следующее обобщение:

Технопарк – это научно-производственный территориальный комплекс, главная задача которого состоит в формировании максимально благоприятной среды для коммерциализации результатов научных исследований в производственной сфере.

Основная функция технопарков заключается в генерации, создании, выращивании и доведении научных изобретений и разработок до этапа коммерциализации, запуска в производство.

Предлагается создание технопарка на базе вузов региона как объединения организаций, заинтересованных в инновационном развитии региона, а также технических и технологических вузов, заинтересованных в реализации собственных инноваций. Технопарк как самостоятельная финансовая структура будет ориентирован на решение следующих важных задач: получение инноваций, организацию технологического трансфера и коммерциализацию результатов исследования. Главная цель создания такой структуры заключается в сохранении научного потенциала региона, в обеспечении комплексного развития наукоемких отраслей и повышении конкурентоспособности промышленных предприятий.

Создание технопарка на базе вуза будет не только способствовать усилению интеграции вузов и предприятий региона, но сделает Волгоградскую область экономически намного привлекательней.

По своему геополитическому расположению наш регион обладает важными свойствами: Волгоградская область входит в состав ЮФО и граничит с Казахстаном, Саратовской, Ростовской, Воронежской областями и республикой Калмыкия, обладает высоким экономическим и кадровым потенциалом, а также является наиболее оптимальной для инфраструктурной организации транспортных потоков и их координации с последующим продвижением на Казахстан и Китай.

Создание технопарка обуславливает возникновение ряда преимуществ, которые имеют большое значение для экономики региона: разумное вложение средств, предусмотренных областной властью на развитие предпринимательства; появление новых рабочих мест, объединение в одной инфраструктуре нескольких технологий бизнеса, и наконец, упорядочивание транспортных потоков. Важным следствием создания технопарка является симбиоз нескольких технологий в звенья одной экономической цепочки: научная разработка; реализация опытных образцов; кооперация малого, крупного и среднего бизнеса; маркетинговые исследования; экспозиционно-выставочные возможности и потенциальная реализация.

Начальной стадией для создания технопарка может быть бизнес-инкубирование. Бизнес-инкубатор – это технология, которая позволяет предпринимателям малого и среднего бизнеса, не имеющим достаточных стартовых ресурсов, на льготных условиях и с мотивацией на производство товаров и услуг инновационного характера начать свое дело. В дальнейшем сеть отрасле-

вых бизнес-инкубаторов будет трансформирована в технопарк, что окажет экономический и технологический эффект на экономику Волгоградской области.

Подобная концентрация различных технологий в одном месте упрощает транспортные и межбизнесные коммуникации. Будет задействован человеческий ресурс, так что косвенный эффект может оказаться выше, чем экономический. Главный положительный аспект создания технопарка заключается в повышении экономической и инвестиционной привлекательности региона.

АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

В.А. Савельева, В.В.Рекеда

Волжский политехнический институт (филиал) ВолГТУ

Одним из ключевых элементов рыночной экономики являются цены и ценообразование, ценовая политика предприятия.

Ценообразование — установление цен, процесс выбора окончательной цены в зависимости от себестоимости продукции, цен конкурентов, соотношения спроса и предложения и других факторов.

Выбор цены и стратегия предприятия в области ценообразования – это сложный процесс, чаще всего, требующий коллективной работы и принятия ответственных решений. Он начинается с определения целей и задач, а в последующем должны быть проанализированы результаты реализации стратегии. Иногда после такого анализа требуется вносить корректировку принятого метода. Процесс выбора метода ценообразования непрерывен, и должен осуществляться постоянно, причем на самом квалифицированном уровне. Кроме того, важно учитывать текущие, а также перспективные цели маркетинговой деятельности предприятия.

Ценовая политика предприятия часто определяется состоянием спроса и предложения на рынке. Но она во многом зависит также и от потенциала предприятия, его технической базы, материальных ресурсов, квалифицированных работников, организации самого производства (современность, передовая организация). Конечно, имеющийся спрос необходимо удовлетворить, но делается это с учетом многих факторов, таких как качество товаров и конкурентоспособных цен для покупателя.

Каждое предприятие устанавливает цены, тщательно и серьезно проанализировав возможные последствия каждого из вариантов. Кроме того, динамично развивающиеся предприятия обладают четкой политикой цен и определенной стратегией ценообразования.

Ценовая политика многих предприятий определяется таким образом, чтобы покрыть издержки и получить определенную прибыль. Некоторые из них пытаются продать товар как можно дороже. Подобная практика свидетельствует об отсутствии необходимого опыта и знаний в области ценообразования. Поэтому для фирмы важно изучить отдельные варианты ценовой политики, оце-

нивать их особенности, условия, сферы, преимущества и недостатки использования.

Таким образом, становится понятно, что методика ценообразования выбирается в зависимости от предприятия и его целей. Эта зависимость изображена наглядно на рис. 1.



Рис. 1 – Взаимосвязь между методикой ценообразования и целями предприятия

На сегодняшний день в нашей стране чаще всего используются методы ценообразования, ориентированные на затраты или на спрос. Безусловно, каждый из этих методов имеет ряд достоинств и недостатков. Так, метод, ориентированный на затраты, является наиболее простым и гарантирует окупаемость. А метод, ориентированный на спрос, учитывает характеристики продукта и рассматривает интересы потребителя. Недостатком обоих этих подходов является игнорирование таких факторов, как, например, ситуация на рынке или конкуренты.

ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФИНАНСОВОЕ СОСТОЯНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

Р.В.Нежелской

Волжский политехнический институт (филиал) ВолгГТУ

Анализ финансового состояния предприятия является одним из ключевых моментов его оценки, так как служит основой понимания истинного положения предприятия.

Финансовый анализ - это процесс исследования и оценки предприятия с целью выработки наиболее обоснованных решений по его дальнейшему развитию и пониманию его текущего состояния. Под финансовым состоянием понимается способность предприятия финансировать свою деятельность. Оно характеризуется обеспеченностью финансовыми ресурсами, необходимыми для нормального функционирования предприятия, целесообразностью их размещения и эффективностью использования, финансовыми взаимоотношениями с другими юридическими и физическими лицами, платежеспособностью и финансовой устойчивостью.

Результаты финансового анализа непосредственно влияют на выбор методов оценки, прогнозирование доходов и расходов предприятия. На финансовые показатели влияют внешние и внутренние факторы, которые входят в состав внешней и внутренней среды организации.

Внутренние (переменные) - это ситуационные факторы внутри организации. Поскольку организации представляют собой созданные людьми системы, то внутренние факторы в основном являются результатом управленческих решений. Это, однако, вовсе не означает, что все внутренние факторы полностью контролируются руководством. Часто внутренний фактор есть нечто «данное», что руководство должно преодолеть в своей работе.

Рис. 1. представляет собой модель, показывающую взаимоотношения внутренних факторов: целей, структуры, задач, технологии и людей.

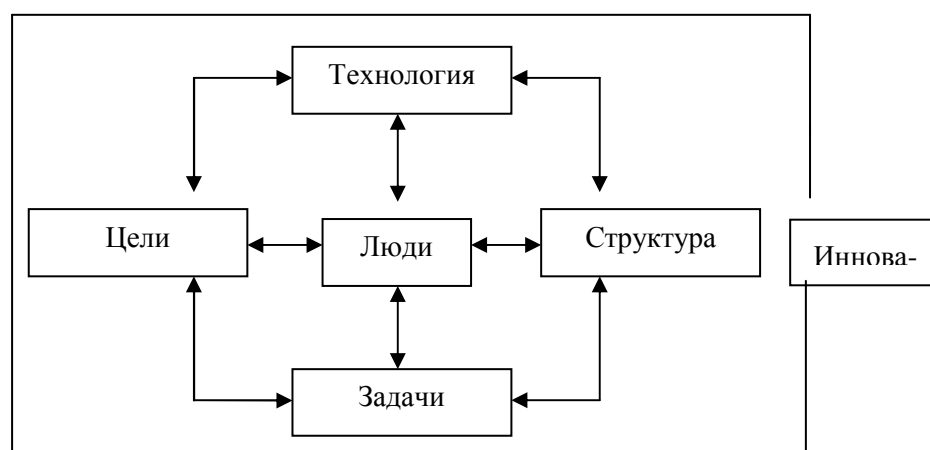


Рис. 1. Внутренние факторы, влияющие на финансовое состояние организации

Но нужно не забывать, что организация – открытая система. И поэтому эта схема не может быть адекватной полной моделью факторов, влияющих на успешность действий организации, потому что на нем показаны только внутренние факторы. Правильнее рассматривать этот рисунок как модель внутренних социотехнических подсистем организации.

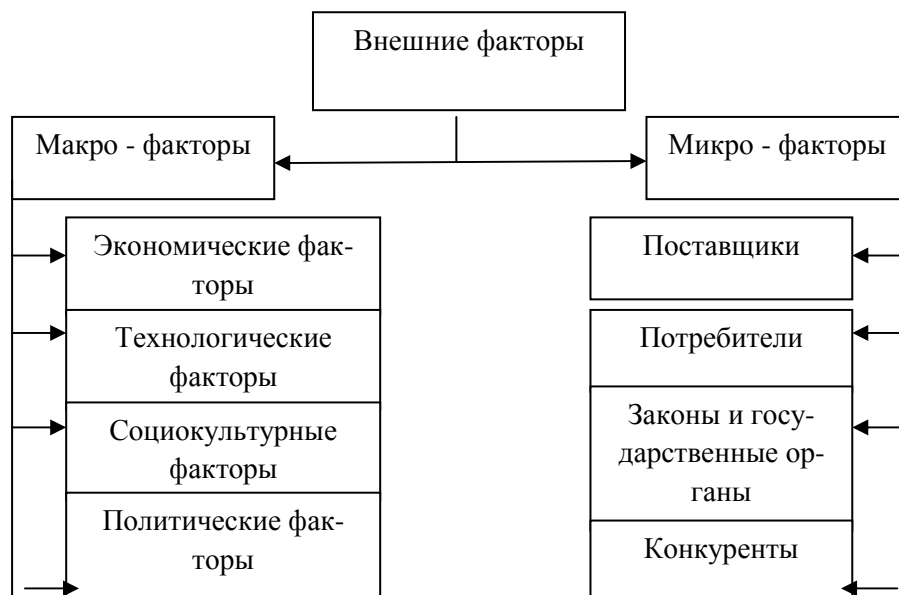


Рис. 2. Внешние факторы, влияющие на финансовое состояние организации

В условиях финансового кризиса основными факторами, влияющими на финансовую деятельность предприятия, являются не ценовые факторы, и большинство предприятий активно занимается использованием инноваций, которые еще в середине прошлого века были признаны безальтернативной промышленной религией, а сегодня признаются важнейшим фактором достижения национальной конкурентоспособности. Инновации представляют собой превращение результатов научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР) в новую, улучшенную продукцию или новый производственный процесс для повышения покупательского спроса и выхода на ранее неосвоенные рынки. Но главное же достоинство инноваций состоит в обеспечении гораздо большего дохода от производственной и другой деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник – 2-е изд., исправ. и доп. – М.: ИНФРА-М., 2003. – 636с.
2. Донцова Л.В., Никифорова Н.А. Анализ финансовой отчетности : учебник. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2005. – 368с.
3. Амутинов А.М., Журнал «Национальные интересы: приоритеты и безопасность» , 2(5) – 2006.- март-апрель

ПРОБЛЕМЫ СТАТИСТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ФАКТОРОВ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ЦЕЛЕВЫХ РЫНКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ОБЪЕКТОВ СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГА

В.В.Бакаев

Волжский политехнический институт (филиал) ВолгГТУ

Одним из основных направлений повышения эффективности функционирования предприятий различных отраслей национального хозяйства и организационно-правовых форм собственности является совершенствование систем учета и использования факторов производственно-хозяйственной деятельности (ФПД) и факторов рыночной деятельности (ФРД) предприятия.

По определению, любое предприятие (заведение, хозяйство, организация, фирма, корпорация) является «сложной динамической открытой экономической системой». При этом совокупность, сложность и трудность совершенствования отдельных ФПД, их групп и всей их совокупности на конкретном предприятии, характеризуются множеством соответствующих по сложности и трудности *проблем*, которые наиболее очевидно и ясно проявляются при учете и анализе всех ФПД и взаимообусловленных и взаимосвязанных с ними ФРД, а также содержанием систем учета, расчета и анализа указанных факторов. В качестве систем учета, расчета и анализа различных факторов на предприятиях используются: бухгалтерский учет (БУ), управленческий учет (УУ), экономический анализ хозяйственной деятельности (АХД), производственный аудит (ПА), статистическая отчетность (СО). В соответствии с принципами общей теории статистики, всякое статистическое исследование, в т.ч. в системе СО, включает 6 основных и обязательных этапов: научно организованное массовое наблюдение (1) на основе утвержденной программы (методология и организация статисследования); научная сводка (2) и группировка (3); статистический анализ (СА) (4) результатов, выводы и предложения (5) и передача их (6) по назначению. Все качественные и количественные признаки, показатели, величины (абсолютные, относительные и средние), методы и математические формулы их определения, используемые во всех системах учета, расчета и анализа показателей хозяйственной деятельности (ХД) предприятия, разрабатываются именно в системе научных знаний статистики как науки, «изучающей закономерности массовых явлений и процессов численными методами». Все указанные системы учета и анализа показателей ХД (кроме СА) имеют узко специфический и ограниченный характер: БУ – учет движения и затрат материальных ФХД, АХД – анализ результирующих факторов, УУ - использование информации и результаты учета и расчета показателей других систем для разработки и осуществления управленческих решений на всех уровнях ХД при производстве и реализации продукции, ПА – учет и анализ финансовых операций с позиций их хозяйственной, экономической и правовой обоснованности. С позиций государственной статистики (общая теория, статистика предприятия, статистика национального

счетоводства – СНС-93) всякое предприятие как совокупность массовых явлений и процессов (численность, рабочее время, производительность и оплата труда, основной и оборотный капитал, валовой оборот, себестоимость и цена продукции, прибыль, рентабельность и др.) является единицей обязательной территориальной и отраслевой отчетности, включая СА. По сравнению с другими системами, СА обладает всеобщим и универсальным свойством анализа и оценки аналитически выраженных качественных и количественных показателей факторов различной природы на любой стадии их расчета - единичных (отдельных единиц совокупности), однородных групп или в целом всей их совокупности в статике, динамике и в прогнозируемом периоде на основе трендов, полученных методами статистики, математической статистики, теории вероятности, экономико-математическими. Все ФХД и ФРД являются соответственно составляющими элементами внешней и внутренней среды предприятия. Внешняя среда, которую обычно относят к среде и объектам маркетинга (рыночной деятельности - РД), состоит из *макросреды* (факторы экономического, демографического, социально-культурного, научно-технического, политико-правового окружения, влияющие на деятельность предприятия в целом) и *микросреды* (факторы непосредственно рыночного окружения – потенциальные потребители, посредники, поставщики, конкуренты и их товары и др.). Внутренняя среда включает ФПД 4-х видов (около 50-ти), материальная часть которых приобретается или реализуется на соответствующих целевых рынках и также являются объектом маркетинга: 1) *функциональные факторы* – виды деятельности (управление, маркетинг, планирование, снабжение, организация в основном производстве по изготовлению продукции и ее сбыта и др., а также в подготовительном – конструкторская подготовка и др., и вспомогательном - ремонтное хозяйство и др. - всего более 20-ти); 2) *производительные факторы* – основной, оборотный, трудовой (трудовая деятельность персонала и ее материализация в продукции), информационный капитал и др. (более 10-ти); 3) *результатирующие факторы* – объем производства и реализации, качество продукции и ее себестоимость и цена, прибыль и рентабельность; 4) *технические и организационно-ограничительные факторы* – в материальных производительных средствах, в системах организационных и безопасности. Каждый ФХД относится к определенной науке, привлекаемой для деятельности конкретного предприятия, и представляющий вместе с необходимыми атрибутами этой науки соответствующий *научно-производственный системный комплекс*: название и функции фактора и соответствующей науки, необходимые элементы ее системы научных знаний, теории, методы, показатели и формулы их расчета (основу которых составляют научные термины, категории и их общие понятия, как понятий аппарат данной науки). Все ФХД на основе их системных комплексов могут быть представлены взаимосвязанными системами: 1) *факторной* (перечень факторов), 2) *функциональной* (по выполняемым факторами функциями), 3) *научной* - перечень соответствующих наук, 4)

информационной – система необходимых научных знаний привлекаемых наук (с базовой основой в виде терминов, категорий понятийного аппарата науки), 5) *аналитической* - системой математических формул и уравнений расчета совокупности показателей соответствующего фактора), 6) *системой производственных функций* отдельных факторов, их групповых множеств и всех факторов в целом как общей (аддитивно- мультипликативной) производственной функции общего результата деятельности предприятия в отчетном периоде в зависимости от всех значимых ФПД и ФРД. Основными для расчета, анализа и оценки показателей факторов являются системы 5 и 6. Соответствующие производственные функции могут быть выражены уравнениями: I. $F_{y_i} = \prod K_{0i} * K_i^{\alpha_1} * \dots * K_i^{\alpha_n}$, II. $F_{y_{ik}} = \prod K_{0ik} * K_{ik}^{\alpha_1} * \dots * K_{ik}^{\alpha_n}$; III. $F_{y_{iks}} = \prod K_{0iks} * K_{iks}^{\alpha_1} * \dots * K_{iks}^{\alpha_n}$, где: \prod – символ действия умножения; i, k, s соответственно индексы однофакторной, групповой и общей производственной функции; K_0 – общие коэффициенты; $\alpha_1, \dots, \alpha_n$ - коэффициенты эластичности результирующих функционалов ($F_{y_{iks}}$) к соответствующим факторам.

С учетом необходимости формирования и использования систем I-III для эффективного производственного и рыночного функционирования предприятия в современных условиях в качестве его дополнительных конкурентных преимуществ и для решения сложных накопленных и возникающих проблем необходимо использовать: 1) научную подготовку производства (научный подход) для формирования и использования научной системы; 2) информационные системы и технологии; 3) необходимые компьютерные системы (по базе данных, функциям, емкости и оперативности); 4) разработку, внедрение и использование систем управления качеством и обеспечения качества для всех факторов предприятия на принципах международных систем ISO и TQM; 5) инновации по всем видам деятельности; (6) повышение качества подготовки и эффективности использования интеллектуального капитала АУП и ИТР, а также трудового капитала рабочих всех специальностей и профессий (рыночная стоимость индивидуальных профессиональных знаний, навыков, опыта) с социально справедливым уровнем и своевременной (без задержки) оплатой труда (начисленная заработная плата является частной собственностью работника и задержка ее от определенной по договору даты выплаты является нарушением закона и права частной собственности, что должно влечь адекватные последствия для их нарушителей).

ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЕ КАК РЕАЛЬНЫЙ ФАКТОР СНИЖЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ

Т.Л. Кременецкая

Волжский политехнический институт (филиал) ВолГТУ

В настоящее время российская экономика остается всё ещё очень энергоёмкой. Это во многом обусловлено исторически сложившейся структурой нашей промышленности, преобладанием в ней металлургической, машинострои-

тельной и ряда других отраслей, которые связаны с повышенным потреблением энергоресурсов. Свое влияние также оказывают особенности географии и климата. При этом на все эти факторы приходится порядка 80 процентов расходов, а оставшиеся 20 процентов – потенциал энергосбережения.

Сегодня энергосбережение является реальным фактором снижения себестоимости и повышения конкурентоспособности продукции отечественных предприятий. Это особенно важно в условиях постоянного роста тарифов на энергоносители и предстоящего вступления в ВТО.

Энергоемкость российских предприятий не соизмерима с конкурирующей экономикой промышленно развитых стран - участников ВТО. Выравнивание условий по поставке энергоресурсов усложнит способность конкурировать с продукцией стран ЕЭС, США и Азиатско-тихоокеанского региона. Несвоевременная адаптация к новым условиям поставки и ценообразования на электроэнергию и газ в переходный «тепличный» период с 2006 г по 2011г потребует в будущем олимпийских усилий для сохранения конкурентоспособности в обрабатывающей промышленности.

Доля энергозатрат в себестоимости продукции для российской экономики в разы превышает показатели в других странах мира и составляет:

- для 35% предприятий - 6-10% себестоимости;
- для 17% предприятий - 11-15%;
- для 15% предприятий - 16-25% .

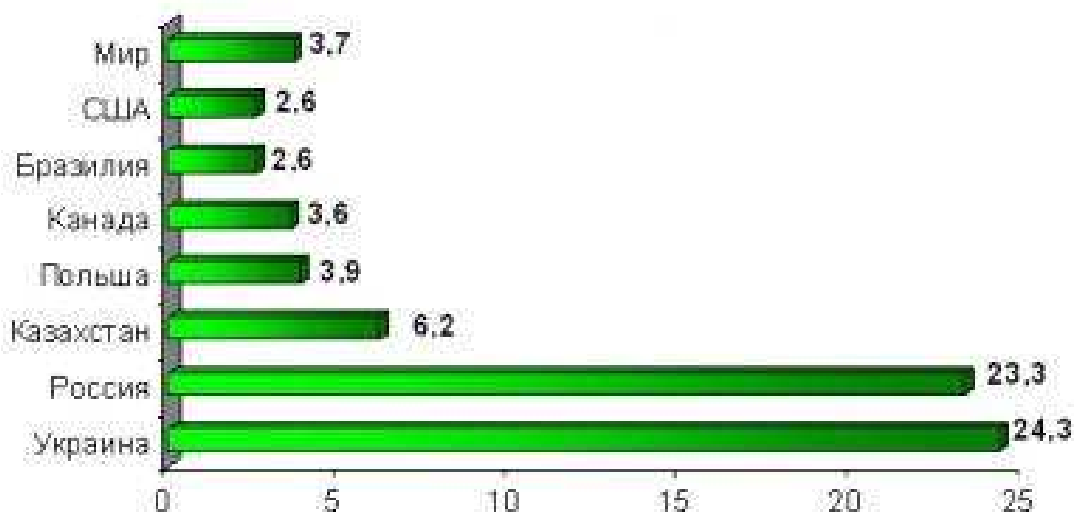


Рис. 1. Энергоемкость ВВП по странам, кВтч/\$

На фоне сохранения текущего уровня энергоёмкости, а также активной трансформации энергорынка несвоевременная адаптация предприятий к новым условиям может значительно ослабить конкурентную позицию российских производителей по затратам на энергоресурсы.

Основными направлениями по снижению энергозатрат для предприятий являются:

- совершенствование существующих и внедрение новых энергосберегающих технологий;
- реконструкция и модернизация технологического оборудования;
- установка насосного оборудования с меньшим потреблением электроэнергии;
- увеличение загрузки мощностей;
- рациональное использование вторичных энергоресурсов;
- снижение непроизводительных потерь сырья и энергоресурсов;
- увеличение пробега оборудования между ремонтными циклами;
- внедрение информационных систем учета энергопотребления;
- создание альтернативных источников энергии;
- реконструкции или создание мини-ТЭЦ для получения энергии по доступной цене.

Перечисленные мероприятия требуют больших капитальных затрат, но при этом обеспечивают значительное снижение энергоресурсов на единицу продукции.

Основное внимание следует сосредоточить на энергосбережении в энергоемких отраслях промышленности, которое должно быть направлено на снижение энергоемкости и себестоимости выпускаемой продукции. Это достигается за счет введения на предприятиях систем энергетического менеджмента, предусматривающих организацию управления издержками при производстве продукции, основанную на учете затрат по местам их возникновения.

Система энергетического менеджмента включает в себя:

- организацию комплексного учета потребления ТЭР, как по технологическим участкам, так и по предприятию в целом;
- проведение системно-аналитических работ по оценке и планированию энергосберегающих мероприятий на основе данных комплексного учета потребления ТЭР;
- организацию выполнения плана энергосберегающих мероприятий.

Первоочередным мероприятием по энергосбережению на таких предприятиях является создание автоматизированных систем учета электроэнергии. При этом наряду с учетом объемов потребляемой энергии должен осуществляться оперативный контроль показателей энергоемкости технологических процессов по участкам. В целом по предприятию должен определяться максимум нагрузки по времени суток. На основе этого осуществляется рациональное планирование загрузки технологических участков с точки зрения выравнивания нагрузки предприятия и смещения пика нагрузки за пределы пиков нагрузки энергосистемы. В процессе эксплуатации автоматизированных систем учета и диспетчерского управления потреблением электрической энергией решаются следующие задачи:

- сокращение размеров платежей за электроэнергию по основной ставке двухставочного тарифа в результате обоснованного снижения заявленного максимума нагрузки;

- приведение электропотребления технологических цехов к заданным суточным лимитам;
- минимизации материальных и финансовых потерь от ограничений объектов потребления, производимых энергосистемой;
- уменьшение потерь активной мощности и электроэнергии за счет выбора рационального состава работающего силового электрооборудования.

Важной задачей является создание автоматизированных систем учета и контроля за потреблением других видов энергетических ресурсов: газа, тепловой энергии, пара, питьевой воды, технической воды и других. Это достигается за счет:

- оснащения объектов энергохозяйства датчиками первичной информации;
- организации контрольных точек сбора и предварительной обработки информации;
- создания пунктов управления с развитыми локальными вычислительными сетями;
- создания центрального и локальных диспетчерских пунктов;
- интеграции автоматизированной системы диспетчерского управления энергетическим хозяйством в автоматизированной системе управления предприятия.

Подводя итог, необходимо отметить, что в условиях реформирования энергетики, роста цен на энергоносители и другие материальные ресурсы, увеличения их доли в структуре себестоимости товарной продукции эффективное использование энергетических и других материальных ресурсов остается существенным внутренним резервом, позволяющим обеспечить значительный рост не только собственной товарной продукции, но и всего валового продукта.

ВЛИЯНИЕ ЦЕНТРАЛИЗАЦИИ КАПИТАЛА НА СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОЦЕССЫ В РЕГИОНЕ

Ю.П. Дубровченко

Волжский политехнический институт (филиал) ВолгГТУ

Развитие региона, в том числе наращивание его инновационного потенциала связано с фундаментальными процессами, протекающими в стране. Централизация капитала один из таких процессов. Разворачиваясь на протяжении двух последних десятилетий, он существенным образом оказывает воздействие на политическую, экономическую, социальную сферы региона.

Централизация капитала, в широком смысле, есть сосредоточение все большего капитала в руках немногих собственников, слияние и поглощение одних хозяйствующих субъектов другими, строительство вертикально интегрированных структур. [1, с.752] Государство, в лице российского правительства относится к этому процессу в целом положительно. К тому же, наиболее активными игроками на этом поле являются компании контролируемые государст-

вом. Централизация капитала носит во многом объективный характер и предопределяется технологической зависимостью предприятий друг от друга. Она также способствует удешевлению продукции и повышению ее качества за счет использования высокопроизводительного оборудования, уменьшения доли расходов на единицу продукции, стандартизации и унификации продукции. Зачастую, без нее является невозможным сохранение той, или иной отрасли экономики, а также обеспечить конкурентоспособность российской продукции.

Как уже отмечалось выше, для регионов централизация капитала имеет важное социально-экономическое и политическое значение. Ведь, как правило, в ходе нее в состав холдинговых компаний вливаются хозяйствующие субъекты, составляющие основу экономики региона. В частности, в Волгоградской области большинство крупнейших предприятий поглощено, либо контролируется российскими и международными финансово-промышленными объединениями. Таковыми являются, в частности, «ЛУКОЙЛ», «Трубная металлургическая компания», «СИБУР Холдинг», «Ростехнологии», «Ренова» и т.д. Они контролируют предприятия имеющие особую социальную значимость для региона.

Последствия прихода холдинговых компаний в региональную экономику нельзя оценить однозначно. Если их владельцы эффективно распоряжаются приобретаемой собственностью, то в результате осуществляется модернизация производства, обеспечиваются заказами смежные предприятия, снижается уровень безработицы, растет заработная плата сотрудников предприятий. Получила распространение практика заключения соглашений о сотрудничестве между руководством холдингов и региональной властью, по которым первые берут на себя обязательства социального характера.

В то же время, как для региона, так и для региональной власти существуют и негативные стороны процесса централизации капитала. Прежде всего, это проблемы со сбором налогов в бюджет области. Так, часть продукции, производимой волгоградскими предприятиями, реализуется через находящиеся в других регионах фирменные торговые дома, которые получают ее «по себестоимости». Холдинговые компании, как правило, зарегистрированы в других субъектах федерации. В результате область теряет часть налога на прибыль входящих в них волгоградских предприятий. Между тем, налог на прибыль предприятий и организаций является основным источником пополнения регионального бюджета (около 47% от общего размера бюджета). Таким образом, Волгоградская область ежегодно теряет около 5-7 млрд. рублей налоговых поступлений. [1-2]

Помимо сокращения налоговой базы регионального бюджета последствием централизации капитала является выход хозяйствующих субъектов из зоны регулирующего, контролирующего воздействия администрации региона. Подобная ситуация характерна для Волгоградской области. Регистрация работающих в регионе энергетических компаний на территории других субъектов федерации является с одной стороны, источником проблем обеспечения энер-

гией местных потребителей, а с другой, ограничивает возможности областного руководства осуществлять собственную тарифную политику.

Неоднозначны перспективы наращивания инновационного потенциала предприятий региона. Безусловно, эффективное управление собственностью предполагает своевременную модернизацию оборудования, внедрение новых производственных технологий. Не всегда, к сожалению, при этом используется потенциал местных научных и образовательных учреждений. Вопросы развития (технического, технологического, кадрового) являются прерогативой руководства головных структур компаний, соответственно, размещение заказов на научные исследования, переподготовку кадров происходит без значительного их делегирования на региональный уровень. Таким образом, создаются дополнительные сложности для развития в регионах научно-промышленных сетей.

Процесс централизации капитала будет продолжаться и впредь. Об этом свидетельствует промышленная политика российского правительства. Тем самым, от региональных институтов, связанных с функцией развития, требуется разработка стратегий учитывающих последствия данного процесса, а также поиск возможностей извлечения из него пользы для социальной, научной, образовательной сфер региона.

ЛИТЕРАТУРА

1. Саркисов С.Э. Менеджмент: Словарь-справочник -М.: Анкил, 2005, 808 с.
2. Кошкин А. Итоги финансового года могли быть еще лучше. //Новые деловые вести. – 2007. - №7.