

ЭКОНОМИКА КРЫМА

Научно-практический журнал

№ 14 ` 2005

СИМФЕРОПОЛЬ

ЭКОНОМИКА КРЫМА № 14 '2005

Научно-практический журнал

Основан в 1994 году

Академией экономических наук Украины

(регистрационное свидетельство КМ №688 от 24.09.01)

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

<i>Нагорская Муза Николаевна</i>	– доктор экономических наук, главный редактор
<i>Барков Яков Иосипович</i>	– доктор экономических наук, заместитель главного редактора
<i>Ефремов Алексей Владимирович</i>	– доктор экономических наук, заместитель главного редактора
<i>Бабенко Геннадий Александрович</i>	– кандидат экономических наук, ответственный секретарь
<i>Апатова Наталья Владимировна</i>	– доктор педагогических наук
<i>Крамаренко Валентина Ильинична</i>	– доктор экономических наук
<i>Никитина Марина Геннадиевна</i>	– доктор географических наук
<i>Новиков Юрий Николаевич</i>	– доктор экономических наук
<i>Османов Исмаил Халикович</i>	– доктор экономических наук
<i>Подсолонко Владимир Андреевич</i>	– доктор экономических наук
<i>Плаксин Виктор Иванович</i>	– доктор экономических наук
<i>Поклонский Федор Ефимович</i>	– доктор экономических наук
<i>Чумаченко Николай Григорьевич</i>	– доктор экономических наук, академик НАН Украины

Адрес редакции:

Украина, Автономная республика Крым, 95007, г. Симферополь, пр. Вернадского,4,

Таврический национальный университет им. В.И.Вернадского,

тел. (0652) 23-39-21; 23-02-29

тел./факс (0652) 23-23-10

УЧРЕДИТЕЛИ:

Таврический национальный университет им. В.И. Вернадского

Национальная Академия природоохранного и курортного строительства

Журнал включен в перечень научных изданий, в котором могут публиковаться основные результаты диссертационных работ (Бюллетень ВАК Украины № 6, 2001 г.)

Редактор Нагорский Ю.А., корректор Подсмашная И.Н.

Рекомендовано к опубликованию Ученым Советом Национальной академии природоохранного и курортного строительства (протокол № 7 от 26. 05. 2005 г.)

© ТНУ им. В.И. Вернадского,
НАПКС

© «Экономика Крыма», 2005

СОДЕРЖАНИЕ

ТЕОРИЯ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ	6
Дмитриченко Л.И., Моисеенко К.Е. ИССЛЕДОВАНИЕ НЕРЫНОЧНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ В ИСТОРИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ МЫСЛИ.....	6
Нагорский Ю.А. ФОРМИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ПРОМЫШЛЕННОГО СЕКТОРА	10
Солдатов М.А. ИМИТАЦИОННЫЙ ПОДХОД К ПРОБЛЕМЕ ОПТИМАЛЬНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВОЗОБНОВЛЯЕМЫХ ПРИРОДНЫХ РЕСУРСОВ.....	13
Гленбоцкая О.Г. ОСНОВНЫЕ ПРИЗНАКИ ЦЕННОСТИ И СТОИМОСТИ УСЛУГИ.....	17
ИННОВАЦИИ И ИНВЕСТИЦИИ.....	20
Тадыка И.Б. АНАЛИЗ РИСКОВ ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ.....	20
Манеров Г.М., Трифов А.О. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ И РОЛЬ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЦЕССА В МАШИНОСТРОЕНИИ.....	23
Вязовик С.М. МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОГРАММ ПРЕДПРИЯТИЙ	27
Обухова Ю.О. АНАЛИЗ И МОДЕЛИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОГО РИСКА ПРИ ПРИНЯТИИ ИННОВАЦИОННЫХ РЕШЕНИЙ	30
ГОСУДАРСТВЕННОЕ И РЕГИОНАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ.....	34
Потеева М.А. РЕЗЕРВЫ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ПРОПУСКНОЙ СПОСОБНОСТИ МОРСКИХ ПОРТОВ АР КРЫМ.....	34
Круглова М.В. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ КАК ОСНОВНОЙ МЕТОД ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ РЫНКА УСЛУГ В АР КРЫМ.....	39
Наливайченко Е.В. ЗАДАЧИ И ПУТИ ДОСТИЖЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ ДЛЯ ГОСУДАРСТВ СНГ	44
Рисс М.О. ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ.....	45
ЭКОНОМИКА ОТРАСЛЕЙ.....	49
Рекова Н.Ю. МОДЕЛИ ПЛАНИРОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВОМ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	49
Гончарук Н.В. СОСТОЯНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА ВИНОГРАДО-ВИНОДЕЛЬЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ СЕВАСТОПОЛЯ.....	53
Коваленко Н.А. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВЕТРОУСТАНОВОК МОЩНОСТЬЮ 100 И БОЛЕЕ КВТ ДЛЯ НЕПОСРЕДСТВЕННОГО ЭНЕРГОСНАБЖЕНИЯ НАСЕЛЕННЫХ ПУНКТОВ	56
ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЙ.....	58
Пашенцев А.И. МОДЕЛЬ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	58
Сметанко А.В. ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ ПРОВЕДЕНИЯ АУДИТОРСКИХ ПРОВЕРОК НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РАЗЛИЧНЫХ ФОРМ СОБСТВЕННОСТИ	60
Рывкина О.Л. СТРУКТУРА МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ РЕАЛИЗАЦИЕЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	64
ТУРИЗМ И РЕКРЕАЦИЯ	69
Ткаченко Т.И. РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ АКТИВНОСТИ В ТУРИЗМЕ.....	69
Рогатенюк Э.В. ОСОБЕННОСТИ МЕХАНИЗМА ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В РЕКРЕАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ КОМПЛЕКСЕ РЕГИОНА.....	73
Калькова Н.Н. ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЗАВИСИМОСТИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕКРЕАЦИОННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ОТ УРОВНЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ.....	79
Нориганова О.А. ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И МЕХАНИЗМЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В ТУРИСТСКИЙ КОМПЛЕКС КРЫМА.....	82
Хатикова З.В. ПЛАН ИМИДЖБИЛДИНГА КАК УСЛОВИЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ УЗНАВАЕМОСТИ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.....	84
АННОТАЦИИ НА СТАТЬИ.....	87
НАШИ АВТОРЫ	93

ЗМІСТ

ТЕОРІЯ ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ	6
Дмитриченко Л.І., Мойсеєнко К.Є. ДОСЛІДЖЕННЯ НЕРИНКОВИХ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ В ІСТОРІЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ	6
Нагорський Ю.А. ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ПРОМИСЛОВОГО СЕКТОРА.....	10
Солдатов М.О. ІМІТАЦІЙНИЙ ПІДХІД ДО ПРОБЛЕМИ ОПТИМАЛЬНОГО ВИКОРИСТОВУВАННЯ ВІДНОВЛЮВАНИХ ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ.....	13
Гленбоцька О.Г. ОСНОВНІ ОЗНАКИ ЦІННОСТІ І ВАРТОСТІ ПОСЛУГИ.....	17
ІННОВАЦІЇ ТА ІНВЕСТИЦІЇ.....	20
Тадика І.Б. АНАЛІЗ РИЗИКІВ В ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНІ ПРОЕКТИ.....	20
Манеров Г.М., Трифов А.О. КОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ТА РОЛЬ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ МАШИНОБУДУВАННЯ.....	23
Вязовик С.М. МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ФІНАНСУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОГРАМ ПІДПРИЄМСТВ.....	27
Обухова Ю.О. АНАЛІЗ ТА МОДЕЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО РИЗИКУ ПРИ ПРИЙНЯТТІ ІННОВАЦІЙНИХ РІШЕНЬ.....	30
ДЕРЖАВНЕ ТА РЕГІОНАЛЬНЕ УПРАВЛІННЯ.....	34
Потеева М.А. РЕЗЕРВИ ВИРОБНИЧО-ПРОПУСКНОЇ СПРОМОЖНОСТІ МОРСЬКИХ ПОРТІВ АР КРИМ.....	34
Круглова М.В. СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ЯК ОСНОВНИЙ МЕТОД ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ РИНКУ ПОСЛУГ В АР КРИМ	39
Наливайченко К.В. ЗАДАЧІ І ШЛЯХИ ДОСЯГНЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТУ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ ДЛЯ ДЕРЖАВ СНД.....	44
Рисс М.О. ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНИХ ВИРОБНИКІВ.....	45
ЕКОНОМІКА ГАЛУЗЕЙ.....	49
Рекова Н.Ю. МОДЕЛІ ПЛАНУВАННЯ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	49
Гончарук Н.В. СТАН ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ВИНОГРАДОВИНОРОБНИЦЬКОЇ ГАЛУЗІ СЕВАСТОПОЛЯ.....	53
Коваленко Н.А. ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ВЕТРОУСТАНОВОК ПОТУЖНІСТЮ 100 І БІЛЬШ КВТ ДЛЯ БЕЗПОСЕРЕДНЬОГО ЕНЕРГОПОСТАЧАННЯ НАСЕЛЕНИХ ПУНКТІВ.....	56
ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВ.....	58
Пашенцев О.І. МОДЕЛЬ ЕКОЛОГІЧНОГО АНАЛІЗУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	58
Сметанко О.В. ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ПРОВЕДЕННЯ АУДИТОРСЬКИХ ПЕРЕВІРОК НА ПІДПРИЄМСТВАХ РІЗНИХ ФОРМ ВЛАСНОСТІ.....	60
Ривкіна О.Л. СТРУКТУРА МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА.....	64
ТУРИЗМ І РЕКРЕАЦІЯ	69
Ткаченко Т.І. РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ АКТИВНОСТІ В ТУРИЗМІ.....	69
Рогатенюк Е.В. ОСОБЛИВОСТІ МЕХАНІЗМУ ЦІНОУТВОРЕННЯ В РЕКРЕАЦІЙНО- ЕКОНОМІЧНОМУ КОМПЛЕКСІ РЕГІОНУ.....	73
Калькова Н.М. ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЗАЛЕЖНОСТІ ЕФЕКТИВНОСТІ ГОСПОДАРЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ РЕКРЕАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА ВІД РІВНЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ.....	79
Нориганова О.А. ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ І МЕХАНІЗМИ СТИМУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙ В ТУРИСТСЬКИЙ КОМПЛЕКС КРИМУ.....	82
Хатікова З.В. ПЛАН ІМІДЖБІЛДІНГА ЯК УМОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВПІЗНАННОСТІ ТУРИСТСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	84
АНОТАЦІЇ НА СТАТТІ	87
НАШІ АВТОРИ.....	93

CONTENTS

THEORY OF ECONOMY AND MANAGEMENT	6
Dmitrichenko L.I., Moiseenko K.E. RESEARCH OF NOT MARKET ECONOMIC SYSTEMS IN HISTORY OF SOCIAL AND ECONOMIC IDEA	6
Nagorsky Y.A. FORMATION OF SOCIAL AND ECONOMIC STRATEGY OF DEVELOPMENT OF ENTERPRISES OF INDUSTRIAL SECTOR.....	10
Soldatov M.A. IMITATING APPROACH TO AN OPTIMAL USE PROBLEM OF RENEWABLE NATURAL RESOURCES.....	13
Glenbotskaya O.G. BASIC CHARACTERISTICS OF VALUE AND COST OF SERVICES.....	17
 INNOVATIONS AND INVESTMENTS.....	 20
Tadyka I.B. ANALYSIS OF RISKS OF INNOVATIVE AND INVESTMENT PROJECTS.....	20
Manerov G.M., Trifov A.O. ECONOMIC ESSENCE AND A ROLE OF INNOVATIONAL PROCESS IN MECHANICAL ENGINEERING.....	23
Vyazovik S.M. METHODOLOGICAL ASPECTS OF AN ESTIMATION OF FINANCING OF INVESTMENT PROGRAMS OF ENTERPRISES.....	27
Obukhova Y.O. ANALYSIS AND MODELING OF INVESTMENT RISK AT MAKING INNOVATIONAL DECISIONS.....	30
 MANAGEMENT OF STATE AND REGION.....	 34
Poteeva M.A. RESERVE OF INDUSTRIAL AND ADMISSION SEAPORTS OF THE CRIMEAN AUTONOMOUS REPUBLIC	34
Kruglov M.V. STRATEGIC PLANNING AS BASIC METHOD OF STATE REGULATION OF DEVELOPMENT OF THE MARKET OF SERVICES IN THE CRIMEAN AUTONOMOUS REPUBLIC..	39
Nalivaichenko E.V. PROBLEM AND WAYS OF ACHIEVEMENT OF ECONOMIC GROWTH AT THE PRESENT STAGE FOR THE STATES CIS.....	44
Riss M.O. ESTIMATION OF COMPETITIVENESS OF NATIONAL MANUFACTURERS.....	45
 ECONOMY OF INDUSTRIES	 49
Rekova N.Y. MODEL OF PLANNING OF PRODUCTION MANAGEMENT OF THE MACHINE-BUILDING ENTERPRISES	49
Goncharuk N.V. CONDITION OF INDUSTRIAL POTENTIAL OF GRAPE AND WINE MAKING BRANCHES OF SEVASTOPOL	53
Kovalenko N.A. ECONOMIC EFFICIENCY OF USE OF WIND-DRIVEN POWERPLAN CAPACITY OF 100 AND MORE KW FOR DIRECT POWER SUPPLY OF SETTLEMENTS	56
 ECONOMY OF ENTERPRISES	 58
Pashentsev A.I. MODEL OF ECOLOGICAL ANALYSIS OF ENTERPRISE ACTIVITY.....	58
Smetanko A.V. ORGANIZATIONAL ASPECTS OF CARRYING OUT OF AUDITOR CHECKS AT ENTERPRISES OF VARIOUS PATTERNS OF OWNERSHIP.....	60
Ryvkina O.L. STRUCTURE OF STRATEGY REALIZATION MANAGEMENT MECHANISM OF ENTERPRISE	64
 TOURISM AND RECREATION.....	 69
Tkachenko T.I. DEVELOPMENT OF ENTERPRISE ACTIVITY IN TOURISM.....	69
Rogatenyuk E.V. FEATURE OF THE MECHANISM OF PRICING IN A RECREATION AND ECONOMIC COMPLEX OF REGION.....	73
Kal'kova N.N. APPROACH TO AN ESTIMATION OF DEPENDENCE OF EFFICIENCY OF ECONOMIC ACTIVITIES OF THE RECREATIONAL ENTERPRISE FROM A LEVEL OF A CONTROL SYSTEM OF MARKETING.....	79
Noriganova O.A. PERSPECTIVE OF DIRECTION AND MECHANISMS OF STIMULATION OF INVESTMENTS INTO A TOURIST COMPLEX OF CRIMEA.....	82
Hatikova Z.V. PLAN OF IMAGEBUILDING AS CONDITION OF MAINTENANCE OF RECOGNITION OF THE TOURIST ENTERPRISE.....	84
 ABSTRACTS.....	 87
 OUR AUTHORS	 93

УДК 304.44(09)+001.8

Дмитриченко Л.І., Мойсеєнко К.Є.

ДОСЛІДЖЕННЯ НЕРИНКОВИХ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ В ІСТОРІЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

Поняття «економіка» можна розглядати щонайменше з двох позицій – як власне господарську діяльність і як систему інститутів, що регулюють цю діяльність. З одного боку, економіка – синонімом у даному випадку є термін «господарство» – це взаємодія людини і її оточення з метою виробництва і споживання життєвих благ. У цьому змісті економіка є сферою, у якій суспільство ухвалює і реалізує рішення щодо використання обмежених, дефіцитних ресурсів для задоволення потреб [1, с. 25]. На цьому рівні економіка може бути описана суспільною наукою в ідентичних, єдиних для різних суспільств термінах відтворення і руху цінностей. «Економічний» в даному контексті означає не що інше, як такий, що має відношення до задоволення потреб.

З іншого боку, у процесі господарської діяльності в суспільстві формуються певні економічні інститути. Саме в них соціальна практика закріплює ті способи взаємодії суб'єктів господарювання з конкретним матеріально-технологічним середовищем, які дозволяють одержувати оптимальний соціально-економічний результат. Результат, найкращий не з погляду інтересів тих або інших соціальних груп, але оптимальний для основної маси населення, тому що тільки в цьому випадку зберігається цілісність і безперервність господарської діяльності всього суспільства. В економічних інститутах закріплюються, існують і розвиваються основні форми економічної інтеграції кожного конкретного суспільства. Економіка в даному випадку розуміється як одна з головних підсистем суспільства, переважно адаптивного, за Парсонсом, призначення, як певний механізм виробництва і розподілу продуктів [2, с. 215].

За такого розуміння економіка може розглядатися не як матеріальна сфера, але як система інститутів, властивий їй інституціональний комплекс, Історична практика розвитку людства доводить, що в цьому випадку для класифікації економічних систем, що зустрічаються в практиці, єдиного, прийнятого в *mainstream* сучасної економічної думки уявлення про економіку як про систему обмінів, або ринку, виявляється недостатньо. Поланьї називав даний підхід оманом «учених від економіс», що мали тенденцію ототожнювати економічну діяльність людини з її ринковою формою [3, с. 45].

В історії зарубіжної соціально-економічної думки питання змісту, інституційних форм та механізму функціонування економічних систем приділялося достатньо уваги. Із задоволенням слід констатувати зростання наукового інтересу до проблем теорії економічних систем і в Україні, зокрема це знаходить своє відображення в роботах Г. Башняніна, Б. Кульчицького, Б.Одйягала та ін. Однак в наукових працях вітчизняних вчених з економічної системології, в яких розглядаються етапи розв'язання відповідної проблематики в історії науки, майже не представлений глибокий історіографічний аналіз джерел, які не належать до основної течії економічної теорії сьогодні. Втім вислів «ми знаємо про здобутки мислителів минулого, тому що ми їх читали» та розуміння того, що історія вчень про суспільство та його економічну діяльність є засобом вивільнення думки від стереотипів пересічного мислення, доводять необхідність більш прискіпливого аналізу методологічних підходів, які пропонують розрізнити поняття «економічний діяльність» і «ринковий механізм».

З огляду на сказане важливим представляється аналіз розвитку досліджень неринкових економічних систем в історії соціально-економічної думки.

Наведемо кілька незалежних точок зору авторитетних дослідників-інституціоналістів, які дотримуються даної позиції. Вальтер Ойкен у своїй класичній книзі „Основи національної економіки” у 1940 р. писав: «Історичне дослідження у всіх епохах виявляє дві чисті основні форми: ідеальні типи немінової «централізовано керованої економіки» і «мінової економіки». Сліди інших економічних систем – крім цих двох – не вдається знайти ані в сучасній економічній дійсності, ані в минулому; навряд чи можна собі представити, що вони будуть знайдені й у майбутньому» [4, с. 19]. Своєрідність усіх реально існуючих господарських порядків у конкретних країнах Ойкен пояснював тим, що в них певним чином взаємодіють згадані чисті форми, що іншим часом і в іншому місці здійснюються в інших сполученнях [4, с. 213]. При цьому він відзначав, що елементи тієї чи іншої економічної системи, наприклад, централізовано керованої економіки, іноді домінують, а іноді лише доповнюють загальну картину [4, с.

108]. Таким чином, Ойкен одним з перших указав на наявність двох рівноправних рамок умов господарювання, що складаються природно.

Відомий історик-економіст і антрополог Карл Поланьї пішов далі в дослідженні неринкових господарських систем. У посмертно виданій його послідовниками книзі «The Livelihood of Man», дотепер цілком не перекладеної навіть на російську мову, він детально досліджує форми інтеграції економічного процесу в різні історичні епохи й у різних країнах. При цьому він спирався як на результати власних досліджень, так і на праці Бюхера, Тенніса, Торнвальда, Малиновського, Вебера, Дюркгейма й інших визнаних вчених [3].

Поланьї вказує на наступні основні форми інтеграції в людському господарстві – редистрибуцію (redistribution), обмін (exchange) і реципрокацію (reciprocity). Остання – рух товарів і послуг (а також людей) між взаємодіючими сторонами на симетричній основі, тобто взаємодопомога родичів, сіл і навіть держав, наприклад, у формі ленд-лізу [5, с. 354], – не розглядається ним як утворюючий економічний тип суспільства. Дві інші форми інтеграції економічного процесу – обмін і редистрибуцію – Поланьї виділяє як основу класифікації всієї безлічі національних господарств.

По-перше, він виділяє ринкові економіки, або економіки, у яких домінуючою формою взаємодії між учасниками господарського процесу є обмін. Під обміном Поланьї, відповідно до класичного уявлення, розуміє «двосторонній рух товарів між суб'єктами, орієнтованими на прибуток, що виходить у результаті для кожного від підсумків угоди» [5, с. 355]. Відповідно до домінуючої в економіці точки зору, економіка і являє собою по суті відносини обміну, і всі економічні системи у своїй основі суть ринкові системи. При цьому апологети ринкової парадигми схильні розглядати суспільства зі слабко представленими ринковими інститутами як суспільства, що знаходяться на більш низькій, «передринковій» стадії, і розвиток яких убик ринку і за законами ринку є неминучим.

Поланьї не був згодний з цією точкою зору. Спираючись на результати численних досліджень, він у твердій формі вказував, що створена А. Смітом теорія економіки, підвалинами якої виступають інститути ринку і властиві йому механізми попиту-пропозиції-ціни, була не більш, ніж здоровим глуздом стосовно навколишньої до самого автора реальності [3, с. 144]. Значну частину своєї книги Поланьї присвятив доказам того, що ринковий інституціональний комплекс, що базується на обміні, не є загальним для економік світу. Багато суспільств, за результатами його антрополого-історичних досліджень, характеризуються типом економічної системи, заснованої на редистрибуції [3, с. 146-147].

Сучасні дослідники підтверджують цей висновок Поланьї. Так, наприклад, М. Льюс у передмові до книги Е. де Сото «Інший шлях. Невидима революція в третьому світі» пише: «...у Перу ніколи не було ринкової економіки? Ця концепція придатна до всієї Латинської Америки, і, імовірно, до більшості країн третього світу» [6, с. 15]. Поланьї зробив тільки перші кроки у вивченні такого типу економік. Він припускав, що вони характеризуються складним, якісно іншим комплексом інститутів, що обслуговують редистрибутивний процес. Приводячи приклади з економічного життя деяких африканських країн, Поланьї писав: «Те, що на західний погляд виглядає як... безжалісна експлуатація, звичайно одна тільки фаза цього редистрибутивного процесу» [5, с. 41], вона не дає підстав судити про ефективність всієї економічної системи в цілому, тут необхідні спеціальні глибокі дослідження.

Отже, слідом за Ойкеном, Поланьї підтвердив і додатково обґрунтував своїми антропологічними дослідженнями наявність двох рівнозначних ринкових (обмінних) і редистрибутивних інституціональних економічних комплексів, що паралельно функціонують в історії. Він відзначав, що ринкові і редистрибутивні економіки не мають характеру стадіальності, але співіснують у часі і просторі. Ще більш виразно, ніж Ойкен, Поланьї вказував на те, що в тому або іншому суспільстві домінує одна з форм економічних відносин, у той час як альтернативна займає додаткове положення [8, с. 19]. Важливим досягненням Поланьї варто вважати його висновки про стійкість і ринкових, і редистрибутивних економічних систем. На прикладі Римської імперії Поланьї намагався показати, як соціальні дії, спрямовані на зміну природи економічної системи, приводять до знищення соціуму в цілому [8, с. 21].

Вказавши на те, що редистрибутивні економіки характеризуються властивим їм специфічним інституціональним комплексом, Поланьї почав вивчення конкретних інститутів таких економік. Але ця робота не була їм закінчена. За визнанням колег [9], Поланьї не встиг досягти поставленої їм теоретичної мети «створити самостійну неринкову економічну теорію, яка б забезпечила загальну концептуальну рамку для тих суспільств, у яких зразком інтеграції не виступає обмін» [3, с. 42], таку теорію, яка б розвивала ідеї запропонованого їм інституціонального підходу.

Вирішити цю задачу, але з інших позицій, намагалася політекономічна теорія соціалістичного відтворення, що базується на принципах марксизму-ленінізму. Але крах соціалістичної системи в Росії і країнах Східної Європи виявив неадекватність ряду положень розроблюваної соціалістичної теорії реальним умовам суспільного розвитку.

На наш погляд, це значною мірою зумовлювалося суб'єктивістським підходом, що був присутнім у цій науці. Незважаючи на декларування принципів історичного матеріалізму, соціальна реальність найчастіше розглядалася в політичній економії соціалізму як планована, здійснювана з волі людей, програма суспільного розвитку, ігнорувалися об'єктивно існуючі відносини, необхідні для функціонування соціуму. Така позиція послужила однією з основ того, що інституціональний підхід, який розвивається в післявоєнній соціальній науці західних країн, довгий час залишався поза полем зору суспільствознавців соціалістичних держав. Причиною цього можна вважати те, що інституціоналісти досліджували ті підвалини і зв'язки суспільного розвитку, що існують незалежно від волі правлячих партій або політичних устремлень лідерів, і є інерційними, незмінними, постійними та об'єктивно визначають траєкторії його соціального розвитку.

Таким чином, у світовій економічній науці дотепер не склалося конвенціональної, загальноприйнятої інституціональної теорії розвитку неринкових економік, яка може зрівнятися за переконливістю і розробленістю з концепцією ринкового господарства. Видатні спроби низки вчених, насамперед, угорського економіста Я. Корнаї [9], досліджувати сутність і специфіку неринкових економік, не змінили загальної тенденції ігнорувати об'єктивні інституціональні підстави такого роду господарських систем, розглядаючи їх як сконструйовані людьми у своїх інтересах ті або інші соціальні механізми.

В інших соціальних науках також не запропоновано поки універсальних теоретичних інструментів для вивчення неринкових економік. Культурологи, хоча і відзначають наявність у культурі різних країн два переважних типи обміну благами, чи економічних відносин – ринкові (exchange) і неринкові (giving and taking), не займаються цілеспрямовано вивченням останніх у відношенні сучасних суспільств [10, с. 144]. Соціологи також розглядають редистрибуцію переважно як елемент традиційних і примітивних суспільств [11, с. 1310]. Тому подібні відносини в сучасних країнах до останнього часу сприймалися соціологами і культурологами як елемент відсталості або нерозвиненості, «злої волі» політичних владних структур.

Спроби розробки теоретичних схем, на основі яких можна було б пояснити функціонування економік неринкового типу, активізувалися в останні роки в Росії. З одного боку, це є наслідком відновлення традиції російської школи економічної думки, яка зародилася у XIX – на поч. XX ст. і була перервана після революції етапом тотального панування марксизму-ленінізму. Адже відомо, що в російському суспільствознавстві розуміння "неринкового" своєрідності національного господарства постійно було присутнє. У якості його основи або розглядали духовно-моральні православні цінності, або робили упор на аналізі «спільності», або народного господарства в цілому. «На противагу смітовському погляду на суспільство як на просту суму індивідів, – писав, наприклад, О. Чупров, – господарство кожного народу є єдине ціле, якого частини знаходяться між собою в постійній взаємодії: життя цього цілого керується своїми особливими законами?» [12, с. 65]. Група вчених і філософів, об'єднаних згодом поняттям „слов'янофілі”, також декларувала своєрідність російської громади як основного елемента системи виробничих відносин неринкового типу, і займалася її детальним вивченням [13, с. 32].

Іншим фактором, що сприяє нинішньому осмисленню російського суспільства в рамках іншої, неринкової парадигми, стало розуміння того, що ринкові реформи, незважаючи на волю політичних лідерів країни й активне сприяння міжнародних сил, наштовхуються на «становий хребет» інших економічних відносин, що по-своєму переломлюють хід трансформаційного процесу.

Під впливом двох названих тенденцій у середовищі економістів Росії формуються нові різноманітні підходи до аналізу нашого господарства. Так, у рамках розвитку цивілізаційного підходу Н.Н. Лебедева порушила питання про інституціональні основи різних форм господарювання. Вона пише про те, що специфіку економічної цивілізації визначають інституціональні структури, що базуються на основний, визначальний характер епохи, економічних відносинах [14]. І складається економічна цивілізація або на основі колективного співробітництва в рамках єдиного господарства, або на основі переваги окремих індивідуальних зусиль, що сприяють виживанню групи людей. В останньому випадку результатом суспільної діяльності є формування приватної власності [14]. Втім, українська та російська дійсність демонструє інший тип інституціональної структури.

Поряд з економістами, у висуванні гіпотез щодо інституціонального устрою пострадянської економіки як економіки неринкового типу активні і представники суміжних наук. З одного боку, інституціональні концепції економічного розвитку країни як неринкової економічної системи розробляються представниками історичної науки. Характерним прикладом є вже згадані дослідження історика із Санкт-Петербурзького університету Н. Дроздової, яка запропонувала неоінституціональну концепцію економічної історії Росії. Вона відзначає, що «поняття ефективності функціонування системи не можна зводити тільки до ринкових критеріїв. Система функціонує ефективно, якщо вона досягає поставлених мет з мінімальними витратами». У своїх дослідженнях Дроздова доводить, що в

багатоміліардній історії Росії цілі її розвитку досягалися „величезною роллю державної і колективної форм по відношенню практично до всіх об'єктів прав власності”.

На початку 1990-х рр. аналогічні зусилля по теоретичному переосмисленню економічної структури Росії починаються і в економічній соціології. У даному випадку економічна соціологія, що лише недавно почала складатися як самостійна наукова дисципліна, стоїть перед обличчям того ж виклику, що і нова економічна соціологія західних країн. Він зв'язаний із усі зростаючим критичним відношенням, як економістів, так і соціологів, до існуючої економічної теорії. У цих умовах, як відзначає В. Радаєв, сучасна економічна соціологія активно реінтерпретує економічні концепції і категорії у все зростаючій кількості дослідницьких областей [14, с. 155]. Переконаючою ілюстрацією в даному випадку служить вислів М. Грановеттера – найбільш значної фігури в сучасній економіко-соціологічній науці, який ним наводиться: «Нова економічна соціологія куди більш схильна стверджувати, що соціологам є, що сказати про стандартні економічні процеси – такого, що доповнило, а в деяких випадках і замістило б положення економічної теорії. Сьогоднішні соціологи, почасти в силу меншого преклоніння перед стандартними економічними доводами, більш націлені добратися до самого ядра економічної теорії» [14, с. 258].

Підтвердженням цієї тенденції є результати, отримані в рамках Новосибірської економіко-соціологічної школи. Виявлення соціальних механізмів, що регулюють розвиток вітчизняної економіки, є традиційним об'єктом цієї наукової школи [15], що характеризується як розробкою питань теорії, так і заглибленими емпіричними дослідженнями механізмів трансформації суспільної структури. З початку 1990-х рр. представником нового покоління вчених Новосибірської школи О. Безсоновою розробляється інституціональна теорія розвитку господарства Росії, названа автором концепцією роздавальної економіки [15, с. 14]. Ця теорія описує функціонування і розвиток економіки російського суспільства як природний закономірний процес розвитку конкретних властивих їй економічних інститутів, що носить поступальний циклічний характер. Побудована в результаті узагальнення розвитку російського господарства з IX століття і до наших днів, ця теорія, на наш погляд, істотно доповнює категоріальний і понятійний апарат дослідження неринкової економічної системи не тільки Росії, але й інших держав, оскільки в ній представлені й описані інститути, що регулюють економіку такого типу. Верифікація теорії стосовно до сучасного матеріалу російських економічних реформ [15, с. 18] показала високу пояснювальну і прогностичну здатність запропонованої теорії.

Проведений аналіз основних наукових праць з економічної системології показує, що традиційний у вітчизняній науці та вузівській практиці поділ економічних систем на ринкові, планові (адміністративно-командні) та змішані не відповідає об'єктивним історичним процесам. Більше того, у зарубіжній та вітчизняній економічній теорії та економічній можна спостерігати поступове формування ідеї об'єктивного паралелізму принципово різних соціально-економічних ладів, побудованих на ринково-конкурентних та неринково-редистрибутивних засадах.

Зіставлення інституціональних концепцій Ойкена, Поланьї і Безсонової показує, що досліджувані ними неринкові економічні системи, названі «централізовано керованою економікою», «редистрибутивною економікою» чи «роздавальною економікою», характеризують той самий тип господарських систем, в якому ірраціоналізм мислення та дії у з точки зору економічної філософії розвинених капіталістичних суспільств складає основу світогляду та поведінки економічних суб'єктів.

Використання методологічного підходу принципової неринковості соціально-економічної системи дозволяє об'єктивно оцінити, наприклад, процеси та труднощі трансформаційного періоду на теренах колишнього СРСР, феномен псевдонеуспішності слов'янських та азійських економік, значення неекономічних (релігійних, етноментальних, культурних і т.ін.) чинників економічного розвитку; передбачити проблеми інтеграційних процесів у різних частинах світу.

Підсумовуючи сказане, слід зазначити, що нерозв'язаними і досі залишаються проблеми вироблення метатеорії, яка дозволить інтегрувати приватні концепції ринкового та неринкового механізмів у єдине ціле; конкретизації чинників цивілізаційного розвитку суспільств, побудованих переважно на неринкових економічних принципах, вивчення місця і значення елементів неринкового устрою в минулому та майбутньому ринково-конкурентних економічних систем. Робота у даному напрямку є передумовою розбудови логічно завершеної теорії соціально-економічних систем, яка може і повинна стати методологічною основою майбутньої економічної теорії.

Література

1. Фишер Ст., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика. – М.: Дело, 1997. – 830 с.
2. Parsons T., Smelser N. Economy and Society: A Study in the Integration of Economic and Social Theory. – London: Routledge and Kegan Paul, 1966. – 452 p.
3. Spiegel H. W. The Growth of Economic Thought. – Durham: Duke University Press, 1991. – 753 p.

4. Ойкен В. Основы национальной экономики. – М.: Прогресс, 1996. – 364 с.
5. Корнаи Я. Тенденции постсоциалистического развития: общий обзор // Вопросы экономики. – 1996. - №1. – С. 14-20.
6. Роузфилд С. Сравнительная экономика стран мира: Культура, богатство и власть в XXI веке. – М.: МГИМО(У), РОССПЭН, 2004. – 432 с.
7. International Encyclopaedia of Sociology: vol. 2. – London: Lyman Publishing, 1995. – 1512 p.
8. Черковец Е. Политическая экономия как наука: исторические тенденции и социальная востребованность // Российский экономический журнал. – 1996. - №3. – С. 64-73.
9. Абалкин Л. Российская школа экономической мысли: поиск самоопределения // Вопросы экономики. – 2001. - №2. – С. 4-41.
10. Радаев В. Курс лекций по экономической социологии. – М.: Аспект-Пресс, 2000. – 551 с.
11. Polanyi K. Exchange and Restitutive Economics // Journal of Institutional and Theoretical Economics. - 1977. – Vol. 16. – P. 351-359.
12. Де Сото Е. Інший шлях: Невидима революція в третьому світі.
13. Шніцер М. Порівняння економічних систем. – К.: Основи, 1997. – 519 с.
14. Neuberger E. Classifying Economic systems. Comparative economic systems: Models and Cases. – Boston: Irwin, 1989. – P. 18-26.
15. Заславская Т. Современный трансформационный потенциал в России // Экономика Украины. – 2001. - №10. – С. 12-19.

УДК 334.716

Нагорский Ю.А.

ФОРМИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ПРОМЫШЛЕННОГО СЕКТОРА

Уровень развития промышленного сектора оказывает непосредственное влияние на экономику государства, решение проблем социальной сферы, повышение благосостояния населения страны. Несомненный интерес ученых, специалистов к проблеме формирования социально-экономической стратегии развития предприятий промышленного сектора обусловлен её особой актуальностью в рыночных условиях. Тем более, что цивилизованные рыночные отношения в нашей стране находятся на стадии становления, претерпевают подъем и падение.

Анализируя 15-летний путь независимости Украины, следует отметить сложность её экономических преобразований. В течение начального периода (1991-1998 гг.) эти преобразования сопровождались падением экономических показателей, а, начиная с 1999 г. намечился подъем, который неравномерен по годам, что видно по индексам основных технико-экономических показателей, представленных в табл. 1 [1, с. 32].

Таблица 1. Индексы основных технико-экономических показателей
(в процентах к предыдущему году)

	1995 г.	1996 г.	1997 г.	1998 г.	1999 г.	2000 г.	2001 г.	2002 г.
1. Валовой внутренний продукт	87,8	90,0	97,0	98,1	99,8	105,9	109,2	104,8
1.1. В расчете на одного человека	88,5	90,7	97,8	98,8	100,6	106,7	111,1	104,7
2. Основные средства	99,0	99,6	100,2	100,8	101,3	101,0	102,4	103,2
3. Продукция промышленности	88,0	94,9	99,7	99,0	104,0	112,4	114,2	107,0
4. Инвестиции в основной капитал	71,5	78,0	91,2	106,1	100,4	114,4	120,8	108,9

Как видно из табл. 1, при увеличении средств производства наблюдается рост продукции промышленности, что в свою очередь приводит к последующему увеличению ВВП. Как свидетельствуют данные (п. 4), подъем стал возможным в условиях увеличения инвестиций в основной капитал.

Развитие экономики явилось базой для социального обустройства общества. В табл. 2 приведены показатели, характеризующие изменение социальных факторов, таких как снижение уровня безработицы, повышение уровня заработной платы, увеличение строительства жилья [1, с. 32]. Все это стало возможным по мере роста объемов производства и ВВП, то есть начиная с 1999 г. (см. табл. 1).

Таблица 2. Индексы основных социально-экономических показателей
(в процентах к предыдущему году)

	1996 г.	1997 г.	1998 г.	1999 г.	2000 г.	2001 г.	2002 г.
Общее количество зарегистрированных безработных (на конец года)	276,7	181,4	157,5	117,1	98,4	87,3	102,6
Заработная плата - реальная	86,2	97,6	87,1	103,4	103,6	120,4	115,6
Введение в эксплуатацию общей площади жилых домов	78,0	94,3	91,8	105,1	90,4	106,8	102,3

За последнее время (2005 г.), как свидетельствуют статистические данные, происходит спад производства, снижение ВВП. Это характеризует сложность социально-экономических процессов, проходящих в Украине. В этой связи необходимы надежные социально-экономические механизмы, прежде всего в рамках конкретных предприятий, которые бы позволили им стабильно работать и обеспечивать социальную защищенность работникам.

А. Чухно считает, что определяющим фактором развития экономики и общества в целом является технологический способ производства, что должно измеряться тем, насколько предприятия «отвечают потребностям роста технологического уровня производства, эффективности экономики» [2, с. 16]. Такой подход является бесспорным. Однако, при анализе работы предприятий за период перестройки, очевиден тот факт, что технический уровень многих предприятий не отвечает современным требованиям, поскольку нет средств на разработку, приобретение и внедрение прогрессивной техники и технологии. Это констатируют по результатам своих исследований ученые и специалисты. Так, по данным Института экономического прогнозирования НАН Украины предприятия третьего, далеко не передового, технологического уклада производят 58% общего объема продукции промышленности, а их доля в инвестициях составляет 75%. И наоборот, предприятия четвертого, более высокого, технологического уклада производят 38% продукции, а их доля в инвестициях – 20% [3, с. 16]. Сложившееся положение по технической оснащенности производства, безусловно, препятствует стабильному экономическому развитию как на микро-, так и на макроуровнях.

Становление и развитие рыночной экономики в Украине должно осуществляться на высоком технологическом уровне, что обеспечит конкурентоспособность по отношению к передовым странам. Вместе с тем, экономика должна быть социально-ориентированной, нацеленной на «человека», его духовное развитие, утверждение национальных устоев в условиях подъема материального благосостояния.

Создание подобного социально-экономического механизма требует изучения и тщательного анализа имеющихся условий на данный период времени, тенденций возможного перспективного развития.

В качестве важнейшего экономического рычага управления необходимо рассматривать, прежде всего материальное стимулирование работников. Вместе с тем, анализ заработной платы в Украине по отношению к другим странам свидетельствует о том, что она имеет крайне низкий уровень и не всегда адекватна затратам труда. Так, А. Гальчинский констатирует, что в Украине заработная плата в 12 раз ниже, чем в Польше, и в 1,8 раз, чем в России. При таком уровне, - отмечает он, - зарплата полностью теряет стимулирующую функцию, в том числе и в вопросах производительности труда, научно-технического прогресса [4, с. 14]. Очевидно, что при низком уровне заработной платы всех категорий работников (ученых, специалистов, рабочих) трудно осуществлять прогрессивные разработки и внедрять их в производство. При отсутствии последнего нельзя достигнуть высокого уровня социально-экономического развития общества.

В этой связи главная задача материального стимулирования как экономического рычага состоит в создании материальной заинтересованности каждого отдельного работника в результатах своего труда и общих результатах работы коллектива предприятия. Функционирование мотивационного механизма многие ученые и специалисты рассматривают в качестве одной из основополагающих предпосылок эффективного саморегулирования. Обосновывая такой подход, В. Тимофеев и В. Тодоров пишут о том, что мотивационный механизм формируется в обществе под воздействием сложного комплекса взаимосвязей и иерархии потребностей в совокупности с возможностями и факторами их удовлетворения [5, с. 17].

В настоящее время существующие системы оплаты труда на различных предприятиях (государственных и частных; мелких и крупных) не соответствует труду, за который осуществляется оплата. В государственных предприятиях и учреждениях ввиду отсутствия соответствующего государственного финансирования работники получают зачастую мизерную оплату. В

предпринимательских структурах заработная плата различная, во многих частных фирмах стремятся осуществлять выплату зарплаты, и притом значительную её часть, неучтенными денежными средствами для налоговых органов (налогообложения).

Рыночная экономика выдвигает перед всеми субъектами хозяйствования принципиально новые требования. В этих условиях на передовых предприятиях постоянно совершенствуются методы управления, меняются принципы, логика функционирования не только внутри предприятия, но и меняются методы ведения дел со всеми внешними организациями, смежниками, партнерами, потребителями, поставщиками, вышестоящими органами, региональными руководителями. Новая организация хозяйственной жизни требует кардинально новых подходов. Важное место отводится осмыслению и внедрению корпоративной культуры.

С точки зрения внедрения изменений - как отмечает В. Андрианов, - это, в первую, очередь стремление создать корпоративную культуру, основанную на предпосылке, что «сейчас ее нет, а когда будет, мы приблизимся к мировым стандартам, подвигает руководителей на изобретение неких сценариев поведения, обязательных к исполнению сотрудниками предприятия» [6, с. 94].

Создание интеллектуальной модели управления в бизнесе - это формирование, прежде всего, традиций предприятия, форм и методов внутрифирменных взаимодействий, поведения сотрудников, условий и методов работы с внешними организациями, поставщиками, потребителями.

В условиях демократизации общества важное значение в процессе формирования корпоративной культуры фирмы играет распределение привилегий, меры ответственности, что является наиболее существенной характеристикой корпоративной культуры, отражает принятую фирмой систему ценностей, влияет на поведение персонала больше, чем прямая регламентация. Внедрение корпоративной культуры необходимо осуществить в направлении развития человека, его возможностей, накопления человеческого капитала, как фактора развития экономики и общества в целом.

Корпоративная культура способна придать смысл деятельности людей, наполнить их жизнь интересным содержанием, стимулировать их активность в интересах фирмы. Однако при её формировании необходимо учитывать различные факторы:

- 1) физическую среду местности (региона), где находится организация, проблемы, с которыми приходится сталкиваться в процессе повседневной жизнедеятельности;
- 2) общие системы ценностей и верований населения данного региона;
- 3) региональные традиции, навыки, опыт, человеческие и природные ресурсы;
- 4) уровень развития, накопленный потенциал.

В конечном итоге корпоративная культура организации формируется путем определения конкретных норм и правил, влияющих на поведение сотрудников (рис. 1).

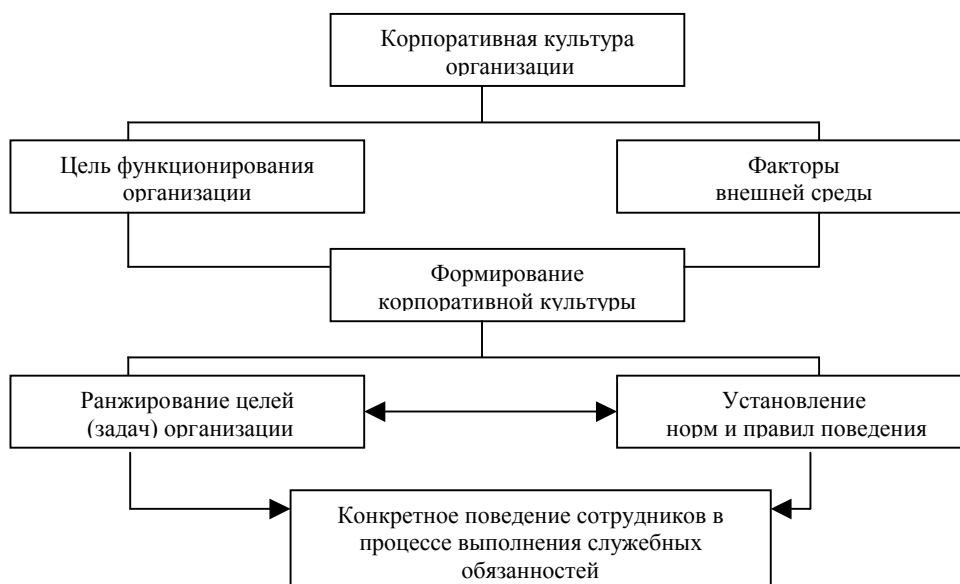


Рис. 1. Формирование корпоративной культуры

Внедрение корпоративной культуры организации необходимо прежде всего связывать с повышением эффективности ее деятельности, обеспечением социального развития коллектива.

Повышение эффективности организации в этих условиях осуществляется путем:

- четкого выполнения функциональных обязанностей, исключающих дублирование, проявление конфликтных ситуаций в этой связи;
- внедрения определенных норм поведения и общения сотрудников, способствующих исключению интриг, конфликтов, создающих атмосферы доверия;
- установки конкретной процедуры, четких ориентиров принятия решений;
- определения и реализации приоритетов компании в целом и их индивидуализация по категориям персонала и видам деятельности;
- проведения определенной кадровой политики, использования контрактной, (договорной) системы, позволяющей замещение тех работников, которые не удовлетворяют установленным требованиям.

Успешно работающие фирмы имеют четко определенную систему ценностей, что находит отражение в их стратегии, политике и принимаемых решениях. Стратегия, диктуемая перспективами развития фирмы, фокусируется на повышении эффективности работы при стабильном окружении, то есть при минимальной текучести кадров. При этом каждый работник осознает, что результаты работы более успешны тогда, когда культура организации предусматривает ответственный контроль, минимизирует риск и конфликты.

Таким образом, формирование социально-экономической стратегии развития предприятий промышленного сектора должно осуществляться в направлении социально ориентированной экономики. Её главным направлением является развитие человека, накопление человеческого капитала как решающего фактора развития экономики.

Только развитие человека, подъем его материального, культурного и духовного уровней определяют дальнейшее развитие экономики страны. Решение социальных вопросов взаимосвязанно с экономическими. Без их решения невозможен экономический подъем, равно как без экономического развития нельзя решать социальные проблемы, обеспечить высокий уровень социальной обеспеченности (защищенности) населения страны.

Литература

1. Статистичний щорічник України. – К.: «Консультант», 2004. - 662 с.
2. Чухно А. Актуальные проблемы стратегии экономического и социального развития на современном этапе // Экономика Украины. - 1994. - №4. – С. 16.
3. Геєць В.М. Інноваційно-інноваційний шлях розвитку – модернізаційний проект розвитку української економіки і суспільства початку ХХІ століття // Банківська справа. – 2003. - №4(52). – С. 16.
4. Гальчинский А. Восстановит дееспособность государства // Экономика Украины. – 2000. - №8. – С. 14.
5. Тимофеев В., Тодоров В. Пути преодоления кризиса производства // Экономика Украины. – 2001. - №3. – С. 17.
6. Андрианов В. Интеллектуальная модель управления (опыт компании) // Проблемы теории и практики управления. - 2001. - №3. – С. 94.

УДК 338

Солдатов М.А.

ИМИТАЦИОННЫЙ ПОДХОД К ПРОБЛЕМЕ ОПТИМАЛЬНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВОЗОБНОВЛЯЕМЫХ ПРИРОДНЫХ РЕСУРСОВ

Природные ресурсы являются важным компонентом в окружающем человека мире и их нерациональное использование может привести к разрушению различных составляющих окружающей среды.

Возобновляемые ресурсы имеют особую специфику вследствие естественного восстановления продуктивности природных объектов. Однако воспроизведение ресурса в будущем существенным образом зависит от объема ресурса в настоящий момент времени. Поэтому проблема эффективной добычи возобновляемых природных ресурсов становится особо актуальной, ей посвящено большое число работ. Экономические основы эффективного природопользования раскрыты в трудах отечественных [1], [2] и зарубежных ученых [3], [4].

Применение методов экономико-математического моделирования при принятии решений обусловлено в первую очередь тем, что проведение экспериментов на реальных экономических объектах чрезвычайно затруднено, а в ряде случаев из-за нежелательных последствий и потери времени

практически невозможно. Моделирование позволяет предсказать поведение реальных объектов, не прибегая к экспериментам. Методы экономико-математического моделирования для проблем экономики окружающей среды применялись для задач оптимального управления системой [5]. Описание сравнительной динамики решений проблемы оптимального использования природного ресурса дано в работе [6], а в работе [7] проведено исследование устойчивости решений в задачах оптимального использования природных ресурсов. Все перечисленные модели являются детерминированными, при этом вопрос влияния случайных воздействий не до конца изучен.

Влияние случайных колебаний часто приводит к существенным изменениям в выборе оптимальных управленческих стратегий. Учет стохастической составляющей позволяет в несколько раз повысить значение показателя эффективности системы. При этом аналитические методы не всегда применимы к исследованию стохастических моделей, и оправдано проведение имитационных экспериментов.

Учет влияния случайных колебаний становится еще более актуальным, когда система находится вблизи неустойчивых оптимальных стратегий. Воздействие случайных факторов в этом случае существенным образом влияет на оптимальные показатели и даже может привести к необратимым негативным последствиям.

Целью данной работы является применение методов экономико-математического моделирования к проблеме оптимального использования возобновляемых природных ресурсов, а также проведение имитационных экспериментов для исследования вопроса влияния случайных воздействий в системе на ее устойчивость. В работе исследование модели производится на примере рыбных ресурсов, хотя существенного значения вид ресурса не играет.

Рассмотрим модель, в которой некая фирма является монополистом, при этом стремится максимизировать свою прибыль от реализации выловленной рыбы. Ограничений на объем вылова рыбы в модели нет, затраты на промысел также не учитываются.

Следуя классическому подходу [8, с. 167–169], введем в рассмотрение Гамильтониан $H(t, x, q, \lambda)$:

$$H(t, x, q, \lambda) = R(q)e^{rt} + \lambda g(t, x, q),$$

где q — объем вылова в момент времени t , x — запас, $R(q)$ — функция дохода, e^{-rt} — дисконт фактор, $g(t, x, q)$ — функция прироста популяции, $\lambda(t)$ — цена запаса, и применим принцип максимума. Тогда проблема оптимального природопользования может быть сведена к двум стационарным во времени дифференциальным уравнениям:

$$\begin{aligned} x' &= g(t, x(t), q(t)), & x(0) &= x_0, \\ q' &= (r - g_x) \frac{R'(q)}{R''(q)}, & q(0) &= q_0 \end{aligned}$$

(g_x означает частную производную по x) и фазового уравнения $g(t, x, q) = ax + bx^2 - q$.

Здесь a, b — параметры, вид функции характерен для большинства возобновляемых природных ресурсов (см. [9, с. 51]), она отображает изменение устойчивого прироста (урожайности ресурса) в зависимости от величины запаса ресурса. Проблема состоит в отыскании оптимального объема промысла в зависимости от начальных условий (x_0, q_0) .

В рассмотренной постановке модель оптимального управления рыбодобывающей отраслью является детерминированной. На практике же чаще всего на естественное возобновление природных ресурсов, таких как рыбный ресурс, оказывают влияние внешние случайные факторы.

Рассмотрим стохастическую модель оптимального управления рыбодобывающей отраслью. Введем случайную величину η , которая характеризует процентное соотношение случайного естественного прироста популяции. Тогда функция прироста будет иметь вид

$$g(t, x, q) = ax + bx^2 - q + \eta x, \quad a > 0, \quad b < 0.$$

Для того, чтобы случайная величина η не играла доминирующую роль в изменении популяции, а отражала лишь случайные колебания естественного прироста, необходимо, чтобы за достаточно большой промежуток времени среднее значение этой величины было близко к нулю. В модели естественно предположить, что математическое ожидание этой случайной величины равно нулю. Пусть нам задано среднее квадратическое отклонение для данной случайной величины σ .

Поскольку для исследования стохастической модели применение аналитических методов представляет собой сложную математическую проблему, в этом случае целесообразно прибегнуть к численному анализу. Входными переменными в модели являются параметры функции прироста, дисперсия случайной величины колебаний естественного прироста популяции, начальный объем запаса и оптимальное значение объема промысла рыбы.

Проведем имитационный эксперимент для функции прироста уже рассмотренного ранее вида в частном случае (пример из работы [9, с. 55] Конрада (Conrad) и Кларка (Clark), стохастическая модель):

$$x' = g(t, x, q) = x - x^2 - q + \eta x,$$

для которой, как можно установить на основе аналитических методов, равновесное состояние типа седловой точки является неустойчивым.

Для стохастической переменной η при имитации был выбран нормальный закон распределения с нулевым математическим ожиданием и заданным СКО σ . Выбор нормального закона можно обосновать тем, что переменная η отвечает за случайные колебания прироста популяции, которые зависят от большого количества внешних факторов (например, погодных условий, течений, наличия хищных рыб в водоеме и т.п.). Среди этих факторов невозможно выделить существенные, вклад каждого из них в общую величину η мал. Тогда согласно центральной предельной теореме теории вероятностей для случайной величины необходимо выбрать нормальный закон распределения. Для проведения имитационного эксперимента задавались значения параметров модели и генерировались значения стохастической переменной η для каждого момента времени по методу Бокса-Мюллера [10, с. 103].

Результаты проведения имитации наглядным образом представлены в виде графиков. На рис. 1 изображены диаграммы динамики промысла и изменений популяции для детерминированной модели. Как видно из графика, в этом случае начальный объем в силу естественного вымирания особей снижается и достигает равновесного состояния. После этого ситуация стабилизируется и мы приходим к ситуации, когда объем вылова равен объему естественного прироста.

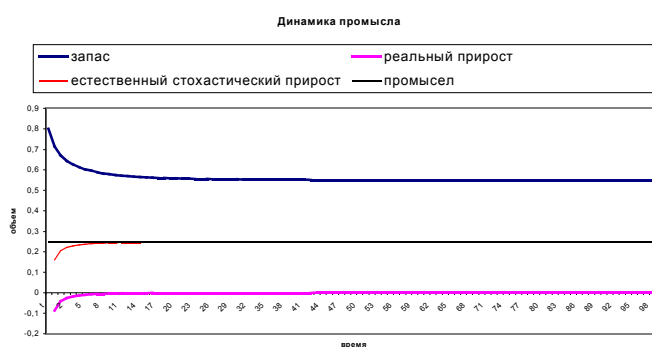


Рис. 1. Динамика экономических показателей системы. Детерминированный случай

Исследование устойчивости можно продемонстрировать на следующем примере. На рис. 2 и 3 приведены графики для двух ситуаций с одинаковыми исходными данными ($\sigma = 0,02$). При этом система находится вблизи равновесного состояния типа седловой точки, то есть неустойчивого состояния.

С помощью имитации получаем, что в одном случае система может долгое время находиться в состоянии колебаний около равновесного состояния при стабильном объеме промысла.

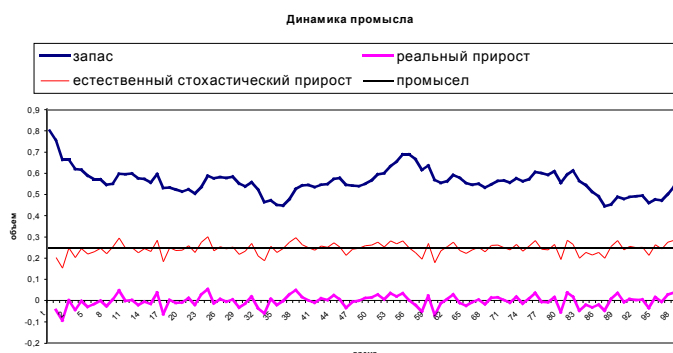


Рис. 2. Динамика экономических показателей системы. Стохастическая модель. Неустойчивое состояние. Колебания около равновесного состояния

В другом случае наличие случайных изменений в системе привело к гибели популяции (рис. 3). В этом случае объем рыбного ресурса стал ниже критического, при котором объем промысла может быть восстановлен за счет естественного прироста. Дальнейший промысел в исходном объеме сразу привел к необратимому снижению численности популяции и полному вымиранию.

В разработанной системе предусмотрено изменение стратегии вылова рыбы в каждый момент времени.

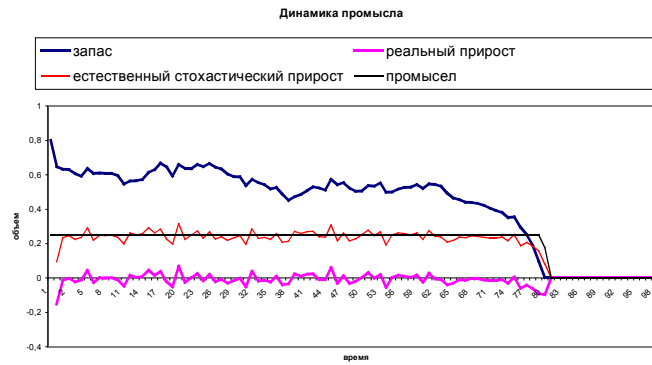


Рис. 3. Динамика экономических показателей системы. Стохастическая модель. Неустойчивое состояние. Гибель популяции

На рис. 4 и 5 представлены подобные графики для стохастического ($\sigma = 0,02$) и детерминированного случаев.

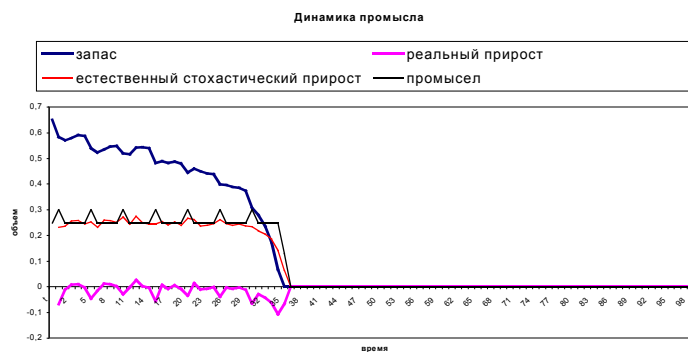


Рис. 4. Динамика экономических показателей системы. Стохастическая модель. Неустойчивое состояние. Изменение стратегии промысла

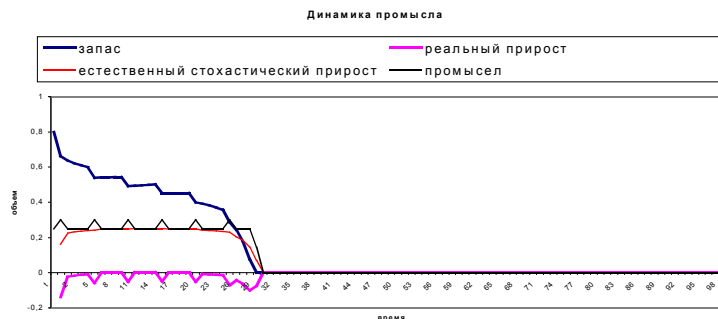


Рис. 5. Динамика экономических показателей системы. Детерминированный случай. Неустойчивое состояние. Изменение стратегии промысла

В этом случае случайные величины не оказывают столь большого влияния на выбор оптимальной стратегии промысла и через определенные промежутки времени объем промысла увеличивался (например, в модели учтена продажа дополнительных лицензий на вылов). В этом случае неверная стратегия промысла также привела к постепенному уменьшению популяции и последующему исчезновению запаса.

Если функцию прироста выбрать следующего вида: $g(t, x, q) = 2x - x^2 - q + \eta x$, то, как нетрудно убедиться, равновесное состояние в этом случае будет типа фокус, то есть устойчивое состояние. В этом случае даже при значении среднего квадратического отклонения в 5 раз большем ($\sigma = 0,1$), чем в предыдущем примере, как видно из графиков (рис. 6), происходит колебание популяции вокруг равновесного состояния.

При определенной оптимальной стратегии использования природных ресурсов основное внимание следует уделять проблеме естественного возобновления продуктивности природных объектов. В погоне за текущими доходами можно утратить возможность получать их в будущем.

Этот факт наглядно иллюстрирует пример оптимального использования рыбных ресурсов.

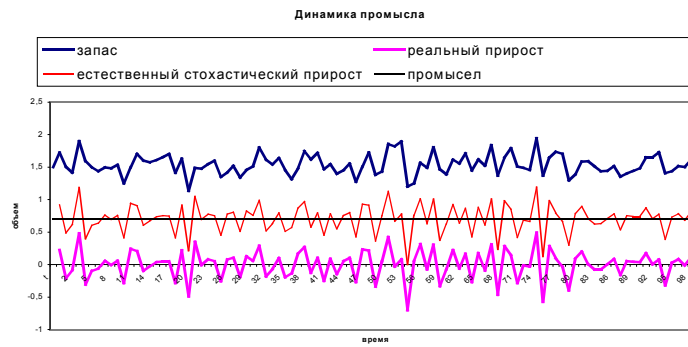


Рис. 6. Динамика экономических показателей системы.
Стохастическая модель. Устойчивое состояние

Продуктивность водоема непосредственно зависит от усилий рыбаков по ловле рыбы. Если интенсивность эксплуатации водоема будет слишком велика, то его продуктивность будет снижаться. Следовательно, необходимо регулировать объем вылова рыбы так, чтобы предельные затраты на вылов равнялись предельному доходу от него. Данное условие обычно обеспечивается путем ограничения доступа рыбаков к водоему с помощью системы лицензирования, налогов и т.д. Если этого не делать, то будет выбрана точка совпадения издержек и среднего дохода. Водоем в таком случае будет истощаться и приносить гораздо меньше доходов, чем мог бы принести при его рациональном использовании.

Разработанная имитационная модель позволяет определять в конкретный момент времени оптимальную стратегию промысла, а также проводить исследования устойчивости эффективных решений.

Литература

1. Герасимович В.Н., Голуб А.А. Методология экономической оценки природных ресурсов. — М., 1988. — 357 с.
2. Голуб А.А., Струкова Е.Б. Экономические методы управления природопользованием. — М., 1993. — 264 с.
3. Pearce D., Turner K., Bateman I. Environmental Economics. An Elementary Introduction. — The John Hopkins University Press, Baltimore, 1993. — 217 p.
4. Tietenberg T. Environmental and Natural Resource Economics. Glenview, Illinois — London, Scott, Foresman and Company, 1984. — 374 p.
5. Kamien M.I., Schwartz N.L. Sufficient Conditions in Optimal Control Theory // Journal of Economic Theory. — 1971.- №3.- 207-214.
6. Dorfman R. An Economic Interpretation of Optimal Control Theory // American Economic Review. — 1969.- № 59.- P. 817-831.
7. Holling C.S. Resilience and Stability of Ecological Systems // Annual Review of Ecology and Systematics. — 1973.- № 4.- 1-23.
8. Математические методы и модели в экономике: Учеб. Пособие / Минюк С.А., Ровба Е.А., Кузьмич К.К. — Мн.: ТетраСистемс, 2002. — 432 с.
9. Conrad J.M., Clark C.W. Natural Resource Economics. — Cambridge: Cambridge University Press. — 1987. — 456 p.
10. Рыжиков Ю.И. Имитационное моделирование. Теория и технологии. — СПб.: КОРОНА принт; М.: Альтекс-А, 2004. — 384 с., ил.

УДК 336

Гленбоцкая О.Г.

ОСНОВНЫЕ ПРИЗНАКИ ЦЕННОСТИ И СТОИМОСТИ УСЛУГИ

В условиях перехода постсоциалистических стран к рыночной экономике борьба за потребителя на внутреннем и внешнем рынках требует создания и производства конкурентоспособной продукции. В этой связи возникает проблема определения экономически рациональных уровней конкурентоспособности продукции и затрат на их достижение. Все это повышает роль управления в целенаправленном воздействии на качество, а через него — на конкурентоспособность продукции. В этом отношении страны с рыночной экономикой, особенно Япония, накопили большой положительный опыт управления качеством на уровне фирм [1]. Однако, как показывают отечественная и мировая

практики ни управление качеством, ни введение его тотального контроля со стороны государственных органов не могут кардинально решить проблему, если не сочетаются с рыночным контролем.

Рыночный фактор служит действенным средством, заставляющим производить товары требуемого в данный момент уровня качества. Но этим не исчерпывается роль конкурентного рынка. Он оказывает мощное воздействие на экономические, организационно-управленческие и контрольные функции изготовителей, направленные на решение проблем качества и конкурентоспособности.

В настоящее время наша повседневная жизнь находится все в большей зависимости от качества продукции и предоставляемых услуг. Отношение сегодняшнего потребителя к цене в принципе не изменилось. Поэтому, в отличие от покупателя, приобретавшего продукцию еще несколько лет назад, он отдает приоритет качеству, которое и заставляет потребителя совершить повторную покупку на данном предприятии или фирме.

Уровень качества выпускаемой продукции, отвечающий требованиям потребителя, является сегодня важнейшим фактором экономической жизнеспособности предприятий. Среди этих требований наиболее важными являются ценность и стоимость качества услуги.

А. Маршалл определил ценность как равновесный показатель, когда предельные издержки сравнимы с предельной полезностью. Следовательно, анализ предельных величин показывает, что ценностный обмен определяется не полной полезностью товара, а последней его единицей, которая потребляется [2, с. 41]. М. Портер характеризует ценность как то, что покупатели стремятся оплачивать. Высшая ценность происходит от предложения более низкой цены, чем у конкурента, за эквивалентные выгоды или обеспечения уникальными выгодами по более высокой цене [3, с. 90-93]. Однако Де Марл при определении ценности использует другой подход. Ценность – это первичная сила, которая мотивирует действия человека. Ценность – это потенциальное энергетическое поле между нами и предметами, в которых мы нуждаемся. Нас тянет к тем изделиям, которые мы находим привлекательными. Когда эта привлекательность велика, мы расходуем нашу энергию на приобретение и обмен предметов, которые, в свою очередь, компенсируют этот расход [4, с. 3-4].

Целью данной статьи является рассмотрение аспектов ценности и стоимости качественного продукта. Они в свою очередь включают в себя следующие дополнительные требования, предъявляемые к изделию или услуге: размеры и эксплуатационные характеристики; долговечность и надежность; безопасность использования; соответствующие стандарты; условия установки, обслуживания; факторы рационального использования энергии и экономии ресурсов; расходы потребителей на эксплуатацию, использование.

Вышеприведенные требования предусматривают именно то качество, которое устанавливает соответствующее равновесие между стоимостью производства изделия или услуги и их ценностью и стоимостью для потребителя. Товар или услуга имеют ценность только тогда, когда удовлетворяют потребность или приносят выгоду покупателям (человеку или организации). Ценность является субъективной величиной, ее сущность зависит от восприятия и специфических потребностей покупателя.

Представленная модель ценности услуги сфокусирована на ценности для покупателя. Модель включает воспринимаемое качество, внутренне присущие признаки, внешние признаки, стоимость в денежном выражении, неденежную стоимость как компонент воспринимаемого качества, время. Данная модель является модифицированной версией модели Зейтамля [5].

Воспринимаемое качество определяется как пригодность к использованию. Однако более подходящим определением качества услуг может быть удовлетворение покупателей [6]. Оно подчеркивает тот важный факт, что производится с помощью критериев, используемых потребителями. Потребительские ожидания при оценке качества услуг строятся на основе следующих ключевых факторов: речевые коммуникации, личные потребности, прошлый опыт и внешние коммуникации сервисной организации. Если покупательское восприятие того, что он получил, соответствует или превосходит их ожидания от услуги, они будут удовлетворены, а следовательно, для покупателя будет создана ценность. Чем выше воспринимаемое качество, тем выше полученная ценность услуг.

Внутренне присущие услуге признаки являются теми выгодами, которые предоставляются покупателю. Они разделяются на основные и дополнительные. Основная услуга является базисом или той минимальной выгодой, которую ожидает клиент. Для оказания основной услуги требуются некоторые дополнительные услуги, без которых основная была бы невозможной. Относительная важность дополнительных услуг зависит от природы услуги. Сервисная организация, которая терпит неудачу в оказании основной услуги, часто не выживает, следовательно, качественное обеспечение основной услугой является первым и фундаментальным шагом в создании ценности для покупателя. Однако этого еще не достаточно для того, чтобы быть конкурентоспособными. Следовательно,

организация может повышать ценность для своих покупателей посредством одновременного предоставления на высоком качественном уровне дополнительных услуг.

Внешние признаки связаны с самой услугой, хотя они существуют вне её. Репутация предприятия как самого лучшего в предоставлении определенной услуги обеспечивается внешней ценностью потребления данной услуги. Дополнительную ценность для покупателей может представлять, к примеру, расположение сервисного предприятия в престижном районе. Все психологические оценки связаны с внешними признаками услуги. Обычно у сервисного предприятия нет прямого и непосредственного влияния или контроля над этими признаками. Однако можно их создавать, тем самым создавая ценность для клиента.

Стоимость услуги. Сумма расходов, которые несет покупатель при получении качественной услуги, является ее стоимостью. Она включает цену, начисляемую сервисной организацией, а также другие расходы, которые должен понести покупатель для получения доступа к услуге. Цена является иногда наиболее важным фактором для покупателя при принятии решения о покупке услуги. Нет ничего необычного в том, что покупатели определяют ценность как «низкую цену». Поэтому сервисная организация может создавать существенную ценность для своих покупателей, когда снижает цены, не ухудшая при этом другие свойства услуги.

Неденежная стоимость. Неденежное пожертвование включает в себя время, потраченное на поиск нужной услуги или организации, неудобный для клиента доступ к продавцу, время, потраченное на переезд к месту оказания услуги и обратно, и время, потраченное на ожидание и выполнение услуги. Неденежная цена включает также психологические затраты, например, риск и беспокойство, ощущаемое до, во время и после выполнения услуги. Например, возможный стресс также будет частью воспринимаемой потребителем неденежной стоимости.

В создании ценности услуг время рассматривается в трех ипостасях:

1. Время для того, чтобы получить услугу. Некоторые услуги требуют минимального вовлечения покупателя, поэтому время, потраченное покупателем, обычно не считается существенным. Но есть услуги, которые требуют значительного расхода времени.

2. Услуга, экономящая время, как альтернатива другой услуге. Многие услуги предлагаются как альтернативы существующим услугам; они создают ценность в очень важном направлении: они обеспечивают той же самой услугой, только более быстрой, и экономят время покупателей.

3. Временной горизонт, внутри которого услуга сулит выгоды. Выгоды, предоставляемые услугами, создают ценность для покупателей на различных отрезках времени. Можно выделить четыре возможности: ценность сейчас и на короткий период времени. Некоторые услуги дают покупателям непосредственные выгоды, ощущаемые в течение ограниченного отрезка времени; ценность сейчас и на неопределенный период времени. Такие услуги, как телефон, телевидение, являются примерами услуг, которые предоставляют выгоды непосредственно и непрерывно на определенный период времени, ценность времени на ограниченный период, ценность в будущем на определенный период времени.

Таким образом, представленная модель ценности и стоимости услуги является основой для выработки стратегии создания ценности для покупателей через дизайн, разработку и систему доставки услуг.

Литература

1. Вахрушев В. Принципы японского управления. — М.: ФОЗБ, 1992. — 164 с.
2. Маршалл А. Принципы политической экономии, в 3-х т. — М.: Прогресс, 1993.-Т.2.-310 с.
3. Портер М. Конкуренция. - М.: Издательский дом "Вильямс", 2001. — 495 с.
4. David J. De Marle. The Value Force. — New York, John Wiley & Sons, 1992, P. 3-4.
5. Valarie A. Zeithaml Consumer Perception of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence // Journal of Marketing.-1988.- Vol.- 52.
6. Джуран Дж. М. Качество и прибыль // Качество, торговля, экономика. — М.: Изд-во стандартов, 1970. — 172 с.

АНАЛИЗ РИСКОВ ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

Современный уровень развития экономики Украины характеризуется существенным недостатком инвестиционных ресурсов, собственных оборотных средств предприятий для реализации программы модернизации и техперевооружения активной части основных производственных фондов и внедрения современных инновационных технологий и средств производства. Уровень морального и физического износа производственных мощностей многих отраслей промышленности, энергетики, транспорта, связи, АПК и других достиг своего критического уровня, что создает реальную угрозу национальной безопасности Украины [1, с. 283, 284].

Решение проблемы широкомасштабного воссоздания производственного потенциала большинства отраслей экономики, внедрения современных достижений НТП, высоких технологий и передовых средств производства можно достичь, только кардинально изменив инвестиционный климат страны, внедрив систему мер, улучшающих инвестиционную привлекательность хозяйствующих субъектов и регионов.

Решить задачу активизации инновационно-инвестиционной деятельности, улучшения инвестиционного климата невозможно без всестороннего осмысления и классификации рисков инвестиций, разработки путей их избежания или, по крайней мере, снижения их влияния на процесс привлечения и реализации инвестиций.

Исследованию и разработке методов накопления капитала и его рационального использования для развития отраслей экономики, совершенствованию стратегии эффективного внедрения инвестиционного потенциала с целью достижения оптимального периода жизни инвестиционного проекта и получения максимальной прибыли, разработке мер, способствующих активизации процесса техперевооружения и модернизации производственного потенциала за счет внедрения инновационных достижений НТП, посвятили свои труды многие отечественные и зарубежные ученые, такие как А. Гальчинский, В. Геец, И. Лукинов, Н. Чумаченко, А. Амоша, Б. Буркинский, Н. Кондратьев, Й. Шумпетер, А. Калецки, Г. Менш, М. Бромвич и другие.

В этом контексте заслуживает дополнительного изучения, систематики и осмысления многообразие инвестиционных рисков, существующих на современном этапе предпринимательства, чему и посвящена эта статья.

Современные аспекты экономического развития Украины при ограниченности собственных инвестиционных ресурсов требуют научнообоснованного и целенаправленного вложения инвестиций в конкретные производства и отрасли хозяйствования. В высоком качестве прогнозов особенно остро нуждаются дисконтированные денежные потоки, обеспечивающие возврат денежных средств. В свою очередь, качество прогнозов в значительной степени определяется учетом всех возможных воздействий окружающей среды на производственные параметры, многие из которых имеют ту или иную степень неопределенности. Поэтому любые эффективные методы, облегчающие принятие решений в условиях сложной экономической ситуации, характеризующейся неопределенностью из-за недостатка или искажения информации, чрезвычайно полезны.

В условиях неопределенности инвестиционный процесс проявляет себя через двусторонние отношения инвестора и исполнителя проекта, которые требуют конкретной информации о финансово-хозяйственном климате в стране и конкретном регионе, наличии и качественном составе инвестиций, инвестиционных рисках, о стабильности и ликвидности конкретного предприятия, эффективности данного инвестиционного проекта [2, с. 97].

Недооценка факторов неопределенности может привести к разработке неправильной стратегии хозяйствования и снижению финансово-экономических показателей производств, а в условиях высокой неопределенности - к полному отказу от научно-обоснованного планирования и принятию интуитивных и ошибочных решений. По поводу близости понятий «риск» и «неопределенность» в научной литературе существуют различные точки зрения. По мнению большинства авторов, понятия «риск» и «неопределенность» не являются идентичными понятиями. Риск предполагает вероятностную оценку возможных событий. Условия неопределенности не позволяют оценить вероятности возможных исходов событий, а часто и сам набор этих событий.

Во-первых, риск имеет место только в тех случаях, когда принимать решение необходимо (если это не так, то нет смысла рисковать). Другими словами, именно необходимость принимать решения в условиях неопределенности порождает риск. Во-вторых, риск субъективен, а неопределенность объективна. Практически все инвестиционные проекты в большей или меньшей степени подвержены рискам. Чем более крупным по масштабу привлекаемых средств считается проект, а срок его реализации является более длительным, тем выше уровень инвестиционного риска.

Существование риска связано с невозможностью с полной достоверностью прогнозировать конечные результаты реализуемых инвестиционных проектов. Исходя из этого, выделим основное свойство риска – он имеет место только по отношению к будущему и неразрывно связан с прогнозированием и планированием результатов, а значит и с принятием инвестиционного решения вообще.

Инвестиционные риски, в основном, проявляются:

1. В снижении доходности в результате воздействия ряда внутренних и внешних факторов (например, изменение процентной ставки по кредиту, недостижение планового объема производства и реализации продукции, прочее).

2. В упущенной экономической выгоде (инвестиционный проект может оказаться менее доходным чем другие альтернативные проекты).

3. В прямых экономических потерях, обусловленных колебанием рыночной конъюнктуры и других негативных воздействиях внешней среды [3, с. 137].

Считают, что анализ приемлемости инвестиционного проекта должен проводиться в условиях риска, а не неопределенности, так как субъекты хозяйствования активно собирают и анализируют необходимую информацию и могут с достаточной степенью точности судить о вероятности наступления события и его последствиях. Знание вероятности событий позволит применить статистические методы анализа рисков и механизм обоснования применяемых инвестиционных решений. В то же время практический анализ инвестиционной деятельности хозяйствующего субъекта зачастую проводится именно в условиях неопределенности, поскольку вероятность событий не может быть оценена с необходимой точностью. В условиях неопределенности состав методов анализа приемлемости инвестиционного проекта значительно сужается, их описание выходит за рамки нашего исследования. Но поскольку неопределенность выступает источником риска, ее следует минимизировать. Это достигается посредством получения необходимой информации. Намерение свести неопределенность к минимуму за счет наличия достоверной и исчерпывающей информации зачастую остается невыполнимым. Поэтому для принятия инвестиционного решения в условиях неопределенности следует ее формализовать, классифицировать и оценить виды возможных рисков (и их последствия), источником которых является соответствующая неопределенность. В экономической литературе достаточно широко представлена систематизация и классификация инвестиционных рисков [2, 3, 4]. Это не случайно, так как классификация рисков – то есть осмысление их многообразия, вероятность наступления – это основа разработки тактики поведения во избежание или для минимизации вероятности наступления рискованной ситуации. Укрупненно классифицировать риски инвестирования можно следующим образом (рис.1).



Рис. 1. Укрупненная классификация инвестиционных рисков

Риски по инвестиционным проектам могут быть классифицированы на две группы: риски с невысокой вероятностью потерь доходов (низкий уровень риска) и сравнительно большой вероятностью потерь доходов (высокий уровень риска).

С учетом того обстоятельства, что уровень риска не одинаков на различных стадиях реализации проекта (жизненного цикла), он должен соответствующим образом учитываться и отражаться в переменной дисконтной ставке. Понятно, что уровень риска больший на начальной стадии реализации инвестиционного проекта и значительно меньший на заключительной стадии.

Норма дисконта с учетом величины и вероятности наступления риска определяется следующим образом:

$$E = E_0 + RP,$$

где E_0 - безрисковая ставка дисконта; RP – премия за риск (risk premium).

Безрисковая ставка дисконта при расчетах в постоянных или расчетных ценах равна реальной процентной ставке, а при расчетах в текущих ценах - номинальной процентной ставке.

Премия за риск состоит, как правило, из двух составляющих:

$$RP = RP_1 + RP_2,$$

где RP_1 – риск территории (для Украины – 8-9 пунктов, для стран со стабильной экономикой - 2,3 пункта); RP_2 – премия за риск на конкретном субъекте управления в результате осуществления конкретного инвестиционного проекта.

Абсолютный размер величины премии за риск в основном определяется методом экспертных оценок. В промышленно развитых странах Европы и США средние размеры премии за риск в отдельных случаях достигают 50-60% от номинальной безрисковой ставки ссудного процента.

Для принятия управленческих решений о минимизации или избежании рисков инвестирования необходимо при разработке бизнес-плана инвестиционного проекта провести качественный анализ и оценку всего многообразия возможных инвестиционных рисков. На основе комплексной экспертизы инвестиционного проекта готовится разнообразная информация для последующего углубленного изучения рисков, принятия обоснованных решений в рамках системы управления рисками.

Качественный анализ представляет собой: определение всего перечня рисков, присущих данному инвестиционному проекту; классификация рисков по характерным признакам; выявление причин и факторов, способствующих их возникновению; прогнозирование возможных негативных последствий и мер, способствующих минимизировать вероятный ущерб от наступления события или процесса, обусловленного риском (рис. 2).



Рис.2. Алгоритм качественного анализа и последовательности мероприятий управления преодолением риска

На основе качественного анализа рисков и оценки вероятного ущерба от наступления события, обусловленного этим риском, разрабатывается стратегия управления рисками, присущими данному инвестиционному проекту. Под стратегией управления риском понимают разработку и реализацию способов достижения поставленной цели, несмотря на угрозу риска, то есть реализацию (осуществление) инвестиционного проекта и локализацию присущих ему рисков либо избежание угрозы их наступления. После достижения поставленной цели данная стратегия прекращает свое существование, поскольку новые цели и задачи обуславливают необходимость разработки новой инвестиционной стратегии.

Основной целью стратегии управления инвестиционными рисками является достижение наиболее рационального и эффективного сочетания величины дохода (результата от реализации проекта) и величины вероятного риска. Сущность этого подхода состоит в том, что из возможных вариантов рискованных вложений капитала выбирается вариант, дающий наибольшую эффективность результата при минимальном или приемлемом для инвестора уровне риска.

Подводя итог изложенному, следует отметить, что качественная оценка и классификация рисков и примененная стратегия управления минимизацией рисков обеспечивают достижение наибольшей вероятности получения прогнозируемого конечного результата, что является определяющим фактором инвестиционной деятельности в современных условиях дефицита инвестиционных ресурсов и низкой капиталоемкости украинских предприятий.

Литература

1. Гальчинский А., Гесць В., Кінах А., Семиноженко В. Інноваційна стратегія українських реформ.- Київ: Знання України, 2002.- 336 с.
2. Маковеев П.С., Шарко М.В. Организация, регулирование и управление инновационно-инвестиционной деятельностью в Украине. – Херсон: ХДТУ, 2004.-235 с.
3. Царев В.В. Оценка экономической эффективности. – СПб: Питер, 2004. – 464 с.
4. Кондратенко О.О. Аналіз ризиків при формуванні регіональних інвестиційних програм. Вісник соціально-економічних досліджень. Збірник наукових праць ОДЕУ.- № 17.- Одеса, 2004. – С. 155-161.

УДК 338.24+330.341:621

Манеров Г.М., Трифов А.О.

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ТА РОЛЬ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ У МАШИНОБУДУВАННІ

Позитивна динаміка основних макроекономічних показників за останній період дає можливість розгляду питання про стабільність спостережуваного поки ще короткострокового економічного росту. Відповідь на нього безпосередньо пов'язана з реальною ефективністю проведеною державою інноваційної політики, яка повинна бути підкріплена цілим комплексом заходів по стимулюванню інвестицій.

Інноваційна діяльність представляє складний процес трансформації інноваційних ідей в об'єкт економічних відносин. Практичне використання інноваційної ідеї призводить до створення нових продуктів або технологій. Для того, щоб ці ідеї стали інноваційним продуктом, необхідна наявність підприємницької діяльності, щоб використання інновацій підвищило ефективність роботи підприємства при умові ефективного використання досягнень вітчизняної та світової науки шляхом розвитку інноваційного процесу. Тому, ступінь та динаміка розвитку інноваційних процесів є визначним показником здатності суспільства до дійсно ринкових перетворень.

Інноваційну ситуацію в промисловості України визначають чотири галузі - хімічна й харчова промисловість, машинобудування й металургія. Вони охоплюють понад 70% всіх інноваційних промислових підприємств й, як правило, відрізняються максимальним рівнем інноваційної активності, у два-три рази переважаючи середній по промисловості. Так, у металургії величина цього показника склала 16,7%, у хімічній промисловості – 14,8%, у машинобудуванні – 14,1%. Високий рівень наукового потенціалу, що зложився в означених галузях, безсумнівно, сприяє більш активному впровадженню інновацій у виробництво.

Розвиток інноваційної діяльності у машинобудівному комплексі сприятиме розвитку відповідних процесів в інших галузях економіки, оскільки інноваційний процес у виробництві передбачає використання нових технологій, машин та устаткування, наукової організації праці, що дозволяє замінити традиційні ресурсомісткі та енергоємні процеси на високотехнологічні.

Вивчення теоретичних положень в області інноваційної діяльності у машинобудівному комплексі стало основою виявлення та обґрунтованих тенденцій і закономірностей, до яких можна віднести:

- машинобудування, як провідна галузь національної економіки, вимагає чіткого визначення напрямків та пріоритетів власного розвитку, щодо подальшого формування ефективної системи управління інноваційною діяльністю;
- інтеграція економіки України до міжнародного співробітництва потребує випуску конкурентоспроможної високотехнологічної продукції, яка відповідає за своїми якісними характеристиками європейським та світовим стандартам, що стає можливим завдяки становленню підприємницьких відношень;
- стан підприємств та науково-дослідних організацій машинобудівного комплексу визначає загальний рівень розвитку науки та техніки й потребує вдосконалення структури капітальних вкладень;
- розвиток провідних галузей, які виконують єдиний інноваційний процес, забезпечує співпрацю різних за формою власності підприємств та установ і постає своєрідним механізмом стимулювання економічного зростання.

Вихід з кризи, під впливом об'єктивних закономірностей, сформував у науково-дослідних організаціях та на виробничих підприємствах критичну масу, яка здатна продукувати науково-технічні ідеї й виробляти конкурентоспроможний продукт. Ця критична маса спроможна забезпечити технологічний прорив у разі тісного поєднання науки, виробництва, інноваційних структур в межах інноваційного підприємництва.

Виходячи з цього метою даної роботи є означення економічної сутності та ролі інноваційного процесу; проведення порівняльного аналізу стану інноваційних процесів у розвинутих країнах; визначення етапів та елементів інноваційного процесу щодо підприємств машинобудівного комплексу.

Складність інноваційного процесу визначається різноманітністю потреб суспільства й варіантів їх можливого задоволення, а також виключно високим динамізмом як потреб, так й технічних рішень, що зростають за мірою поглиблення науково-технічного розвитку. Як підкреслює О.В. Савченко, поштовхом до розвитку інноваційних процесів, з одного боку, стають потреби виробництва, з іншого – досягнення фундаментальних наук [1, с. 6].

Інноваційний процес є однією із форм економічного розвитку сучасної держави. Підтвердженням цього є теорія вченого-економіста Н.Д. Кондратьєва [2, с. 25]. Згідно його теорії, починаючи з першої промислової революції й по теперішній час коливання в економічному рості, в творчій та інноваційній діяльності, технічному розвитку уміщуються в декілька великих хвиль та циклів. Кожна хвиля або цикл Кондратьєва складається з чотирьох фаз - відновлення (відбудування), процвітання, зниження та депресії, які охоплюють водночас усі параметри науково-технічного розвитку: появу ідей, підприємницьку активність, зростання кваліфікації фахівців та інше.

Як підкреслює В.В. Гончаров, новаторська діяльність за реалізацією інновацій розглядається як основний фактор, що спричиняє динамічні зміни хвильового характеру [3, с. 78]. Автор у своїй роботі, узагальнюючи економічний досвід, характеризує три типи хвиль за тривалістю:

- 50-60 рр. – довгі хвилі Кондратьєва, які пов'язані з появою нових технологічних укладів, сукупності нових галузей та технологій.
- 7-11 рр. – середні хвилі Жуглара, пов'язані з інвестиціями у машини та устаткування. Ці хвилі збігаються з терміном появи нових технологічних рішень, які супроводжуються вдосконаленням продукту, опануванням та впровадженням у виробництво.
- 40 місяців – короткі інноваційні хвилі у межах ринкової кон'юнктури.

Цієї ж думки дотримується Р. Барр, який визначає що інновації розвивають ефективність нових виробничих функцій на достатньо довгий період (від 50 до 60 рр.) і приваблюють за собою глибинні зміни в економічному житті в інтелектуальній та соціальній сфері [4, с. 112]. Питання типології інноваційного процесу докладно розглянуто Р. Ратвелом [5, с. 45]. В своїй роботі він характеризує п'ять поколінь інноваційного процесу, трансформація яких відбувалася за кордоном: від лінійно-послідовного процесу з натиском на роль НДДКР, а потім на важливість потреб ринку.

В економічній літературі також розглядаються централізована, галузева та корпоративна модель інноваційних процесів [6, с. 67]. У роботі стосовно підприємств машинобудівного комплексу наведені моделі розглядаються наступним чином. Централізована модель характеризує вертикальну інтеграцію суб'єкта та об'єкта управління, її сутність полягає у отриманні цільового замовлення на виготовлення продукції, фінансування якого здійснюється через держбюджет. Галузева модель інноваційного процесу відтворює горизонтальну інтеграцію науково-дослідних інститутів та виробничих підприємств, замовлення яких фінансується галузевими фондами та кінцевими споживачами інституціональної продукції. Важливу роль у моделі відіграє тісна співпраця усіх ланок, яка формує якісну інновацію і

забезпечує її сервісне обслуговування. Корпоративна модель інноваційного процесу передбачає фінансування довгострокових ризикових інноваційних проєктів. Обсяги позабюджетного фінансування наукових досліджень та розробок в розвинутих країнах суттєво перевищують обсяги бюджетних асигнувань у цю сферу. Ця модель ще не знайшла втілення у вітчизняному машинобудуванні.

Визначаючи етапи інноваційного процесу можна підходити до цього питання з різних боків. По-перше, етапи визначаються за характером якості змін, тобто що передбачає інноваційний процес - технічні, технологічні, організаційні та інші процесні або продуктові зміни. По-друге, за джерелом змін, якщо вони внутрішні, тоді першим етапом стає - формування та розробка власних ідей; якщо зовнішні, тоді перший етап - це запозичення (копіювання) та придбання вже існуючих технологій.

У машинобудівному комплексі кожний етап відрізняється власною роллю та місцем в інноваційному процесі і характеризується специфічним співвідношенням витрат живої праці, матеріальних витрат та фінансових ресурсів. Це співвідношення обумовлює здібність наукових досліджень, організації виробництва та управління забезпечити відповідний рівень інновацій. Отже, кожний з суб'єктів інноваційного процесу має різний рівень співвідношення трудо-, матеріало- та фондомісткості.

У своїх дослідженнях С. Вакорін підкреслює головну особливість інноваційного процесу - циклічність, поетапну реалізацію нововведень, виключно високий ступінь ризику, пов'язаний з низькою імовірністю (9-10%) вдалого втілення нової ідеї в новому продукті [7, с. 32]. Тому актуальним питанням стає підвищення ймовірності появи нових продуктів на підставі всебічного ринкового аналізу, формування та реалізації маркетингових стратегій. Більш змістовним є дослідження В.Г. Мединського та С.В. Льдеменова, які пропонує модель інноваційного процесу: "нові наукові знання - технічні та технологічні розробки - виробництво - сфера використання" розчленовують на окремі функціональні етапи: фундаментальні дослідження; прикладні дослідження; інженерно-технічні роботи; демонстрація; виробництво та експлуатація; системне управління; використання [8, с. 11].

Підприємства машинобудівного комплексу відіграють першорядну роль в інноваційному процесі для підприємств інших галузей, оскільки техніко-технологічний та економічний вплив виявляється через підвищення якісних характеристик інноваційного потенціалу як слідство виникнення нової техніки.

Характеризуючи інноваційний процес, необхідно розглянути основну складову, що розкриває його зміст - поняття "Інновація". Досягнення науково-технічного прогресу розповсюджуються на підприємстві в формі інновацій. Поняття "Інновація" в перекладі з англійської «innovation» означає "введення новачків". Під інновацією розуміється новий порядок, новий метод, нова продукція або технологія, нове явище. Усі види інновацій тісно взаємопов'язані в систему інновацій, наявність якої якісно підвищує рівень розвитку виробничих сил і ефективність виробництва. Закономірність дії системи визначається вимогами до неї, через принципи, які лежать в основі інновацій.

Визначаючи економічну сутність даного поняття, слід підкреслити, що від виробництва інноваційних продуктів залежить й міра потреби. Це означає, що коло потреб в інноваційній продукції, ступінь їх задоволення обумовлені, з одного боку, досягнутим рівнем розвитку виробництва, а з другого - тим положенням, що займає виробник у суспільстві і яке, у свою чергу, залежить від рівня розвитку виробничих сил та виробничих відносин. Міра потреби для продукції машинобудівних підприємств, які випускають гірничошахтне обладнання, значно відрізняється від міри потреб на товари широкого вжитку й виражається через нееластичний попит, обумовлений об'єктивними закономірностями старіння діючого устаткування.

Розгляд питання категорій інноваційного процесу потребує визначення ролі людини у цьому процесі та її взаємодії з факторами виробництва, яку можна відокремити в поняття "інноваційний потенціал". Деякі автори розглядають структуру інноваційного потенціалу за наступними блоками: продуктовий, ресурсний, функціональний, організаційно-управлінський.

В розвинутих країнах на перше місце висувається людський капітал, що створює інтелектуальні продукти. Поєднання інтелектуального робітника із засобами виробництва робить його і власником цих засобів виробництва, як особистої власності, і товаровиробником, що стоїть поза традиційними ринковими закономірностями [9, с. 15]. У цьому ракурсі необхідно підкреслити історичний вплив інтелектуального потенціалу нашої країни на становлення світової науки. Але його незатребуваність, низький рівень фінансової підтримки та відсутність дієвого механізму реалізації результатів у практику, призвели до переливу значної частини інтелектуального потенціалу в інші країни.

Рівень економічного добробуту країни та її конкурентоспроможності на світовому ринку здебільше визначається часткою кваліфікованого населення. У теперешній час, підкреслює Г. Ханікян, багаті країни за цим показником в значній мірі випереджають інші країни: у віці від 25 до 65 років у США 35% населення мають вищу освіту, у Канаді – 30%, Японії – 21%, Німеччині – 17% [10, с. 4].

Переходячи до другої складової інноваційного потенціалу - економічних можливостей суспільства - визначимо, якщо розподілити організаційний механізм підприємства на окремі підсистеми та елементи, можна зважити, наскільки вони відповідають вимогам інноваційного процесу та який шлях підвищення їх інноваційного потенціалу, тобто нарощування інноваційного потенціалу, досягається в основному за рахунок підвищення гнучкості та адаптивної здібності елементів організації.

Якісна та кількісна характеристика по усіх рівнях складових інноваційного потенціалу надає можливість в управлінні підприємством відбирати інноваційний проект, який організація спроможна реалізувати у майбутньому.

Інноваційний проект представляє собою сукупність заходів з визначеними тимчасовими параметрами, спрямованих на кардинальне оновлення окремих підсистем виробництва, реалізації та споживання продукції.

В українській законодавчій базі під інноваційним проектом технопарку розглядається комплект документів, який включає опис взаємопов'язаних заходів технологічного парку, його учасників, дочірніх і спільних підприємств, співвиконавців та виробників продукції щодо проведення наукових досліджень, технічного, технологічного та конструкторського проектування, випуску дослідних партій та виробництва інноваційної продукції, а також щодо фінансового, кадрового, маркетингового та комерційного забезпечення виробничого впровадження нових товарів та надання послуг.

Інноваційний проект повинен містити: зміст робіт; аналіз вартості та прибутковості; планування та календарний план діяльності; описання продукту або технологій, що використовуються; техніко-економічне обґрунтування; дані про професіональний досвід розробників; пропозиції по розподіленню прав інтелектуальної власності.

За рівнем науково-технічної значущості інноваційні проекти підрозділяються на: модернізаційні, новаторські, випереджаючі та піонерні. Щодо інноваційних проектів у машинобудуванні, за власним характером вони є здебільше модернізаційними. За масштабами завдань вони підрозділяються на: монопроекти, мультипроекти та мегапроекти.

Спільною розробкою науково-дослідних організацій та підприємств машинобудівного комплексу Донецької області є модернізаційний інноваційний мультипроект: "Створення та широкомасштабне впровадження очисних стругових комплексів на базі двостоячних одноярдних щитових кріпів ДМ та КДД, високонадійних та енергоозброєних стругових установок сумарною потужністю приводів 800-1300 кВт і ресурсом не менш 2 млн. т вугілля для ефективної відробітки тонких пластів з навантаженням 1000-2500 т на добу який сортового вугілля пониженої зольності". Проект розрахований на 5 років і має на мету - підвищення на 20-50% якості вугілля, продовження терміну служби шахт, які відробляють тонкі пласти, запаси яких складають 50% від загальних промислових запасів в Україні. Реалізація цього проекту дозволить забезпечити завантаження виробничих потужностей машинобудівних підприємств та вирішити напрями щодо подальшої реструктуризації вугільних підприємств.

Інтегрованим результатом реалізації інноваційних проектів є інноваційна програма. Проекти у програмі взаємопов'язані за строками виконання, функціями та ресурсами. Програма потребує єдиного керівництва, централізованого за етапами стратегічного планування, принципами фінансування, моніторингу та правового забезпечення.

Таким чином, можна зробити висновок, що взаємозв'язок елементів інноваційного процесу, описаних вище, обов'язково потребує наявності організаційно-правової форми. Складність проблеми у тому, що просте накопичення наукових результатів у будь-яких масштабах автоматично не уливається в інноваційний процес. Передача знань від одної фази інноваційного процесу до іншої потребує додаткової посередницької системи – інноваційних структур. Тому для ефективного управління інноваційною діяльністю в машинобудівному комплексі в Україні варто визначити територіальні інноваційні технологічні центри.

Література

1. Савченко А.В. Экономические методы управления инновационными процессами. – К.: Вища школа, 1990. – 111 с.
2. Кондратьев Н.Д. Проблемы экономической динамики / Под ред. акад. Л.И. Абалкина. – М.: Экономика, 1989. – 526 с.
3. Гончаров В.В. Важнейшие понятия и концепции в современном управлении. – М.: МНИИГУ, 1998. – 176 с.
4. Барр Р. Политическая экономия. – Том 1. – М.: Международные отношения, 1995. – 605 с.
5. Rothwell R. The Changing Nature of the Innovation Process Technovation. Коментарій А. Сеніна, V. 13 Iss.1 Jan. 1993. – 456 p.
6. Инновационные процессы в странах развитого капитализма / Под ред. И.Е. Рудаковой. – М.: Изд-во МГУ, 1991. – 143 с.

7. Инвестиции в Украине / Под ред. С.И. Вакорина. – К.: Конкорд, 1999. – 94 с.
8. Медынский В.Г., Ильдеменов С.В. Реинжиниринг инновационного предпринимательства: Учебн. пособие для вузов / Под ред. Ирикова В.А. – М.: ЮНИТИ, 1999. – 192 с.
9. Иноземцев В.Л. За пределами экономического общества. – М.: “Academia” Наука, 1998. – 640 с.
10. Ханикян Г. Научно-техническая политика республики Армения в период реформ // Общество и экономика. – 1999. - № 6. - С. 56 – 64.

УДК 330.322.5

Вязовик С.М.

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОГРАММ ПРЕДПРИЯТИЙ

Результаты инвестиционной деятельности в существенной мере зависят от обоснованности инвестиционных решений, учета в процессе их принятия многих факторов: ограниченность инвестиционных ресурсов; многообразие видов инвестиций и вариантов решений по ним; различия в стоимости инвестиционных объектов; различия инвестиционных качеств предполагаемых объектов; риски, связанные с принятием инвестиционного решения; изменение внутренних и внешних условий деятельности.

Учет этих и других факторов в ходе обоснования и выбора возможных вариантов вложения средств предполагает осуществление инвестиционного анализа на основе специальных методов оценки.

Украинская экономика, характерна неразвитостью фондового рынка и пока сложно использовать зарубежный опыт оценки инвестиций. Поэтому необходимо разрабатывать методики оценки эффективности финансирования инвестиционных программ отечественных предприятий.

Целью данной статьи является изучение, анализ общепринятых методик и выявление проблем, затрагивающих ключевые аспекты оценки эффективности проектов.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- определение дисконтной ставки программы в целом и отдельных проектов в частности;
- проектирование денежных потоков;
- определение цены инвестиционного капитала;
- обоснование системы критериев оценки инвестиционных программ.

Согласно общепринятым методам определения эффективности инвестиционных проектов, основными критериями являются приведенная стоимость будущих потоков, внутренняя норма доходности (рентабельности), норма дисконтирования, метод окупаемости, индекс прибыльности инвестиций. В основе этих показателей лежит приведенная стоимость будущих денежных потоков инвестиций и их возврата.

Будущие денежные потоки имеют прогнозный характер, поэтому определение приведенной стоимости осуществляется с некоторой степенью вероятности. Ставка дисконтирования показывает, как собственник относится к внутренней норме рентабельности и какие пределы устанавливает, то есть показывает желаемый результат. Срок окупаемости только определяет момент возврата инвестиционного капитала. И лишь незначительное место отводится продолжительности реализации программы, то есть периоду использования объектов инвестирования. В основном норма дисконта определяется как норма доходности наилучшего доступного альтернативного способа вложения средств с аналогичным уровнем риска [1, с. 112].

Норма дисконта отражает альтернативную стоимость капитала, только не того, который вкладывается в данный проект, а эквивалентной суммы, которая изымается из «последнего», «замыкающего» альтернативного направления инвестирования [3, с. 196].

Однако следует помнить, что такой метод предполагает наличие достоверной информации об этих способах вложения, что в нашей стране крайне проблематично, в особенности, задача измерения аналогичного уровня риска.

Брейли Р. и Майерс С. рассматривают ставку дисконта в формуле чистой приведенной стоимости в двух вариантах. Первым из них авторы определяют внутреннюю норму доходности как измерителя рентабельности, которая зависит исключительно от величины и времени возникновения потоков денежных средств проекта. Вторым вариантом - это альтернативные издержки как критерий рентабельности, который используется для определения стоимости проекта. На основе такого разграничения они

предлагают следующее определение: «Реализуй инвестиционные возможности, норма доходности которых выше альтернативных издержек» [2, с. 82].

Согласно другому источнику [3, с. 288], инвестиционный проект считается эффективным, если NPV положительна при норме дисконта меньше внутренней нормы доходности, и наоборот, если норма дисконта больше внутренней нормы доходности, то данный проект неэффективен. Это утверждение работает тогда, когда период отрицательных потоков предшествует периоду возврата инвестиций. Если объективно имеют место знакопеременные чистые денежные потоки, то внутренняя норма доходности неоднозначна [3, с. 296-301].

На практике в основном применяются такие методы для определения нормы дисконта: метод средневзвешенной стоимости капитала; метод скорректированной настоящей стоимости; метод, применяемый на модели оценки капитальных решений. При использовании дисконтированных показателей крайне важным моментом является обоснование нормы дисконта, которое обеспечивается заинтересованными в этом предприятиями, осуществляющими инвестиционную программу. Следовательно, выбор дифференцированной ставки процента (нормы дисконта) будет зависеть от конкретных инвестиционных характеристик объекта и целей оценки. Вариация форм ставки процента для дисконтирования означает, что в этом качестве могут быть использованы средняя депозитная или кредитная ставка, норма доходности отдельного проекта или программы в целом с учетом определенных факторов (уровня инфляции, степени риска и ликвидности инвестиций), норма доходности по альтернативным видам инвестиций, норма доходности по текущей операционной деятельности и др.

Для более точного расчета показателей эффективности применительно к определенной инвестиционной программе норма дисконтирования должна также учитывать особенности формирования различных видов инвестиционных ресурсов, влияние факторов, определяющих их стоимость, то есть отражать реально существующие возможности по финансированию инвестиционной деятельности.

Ставку дисконта можно рассматривать с различных позиций, а именно как: цену капитала (собственного, заемного и привлеченного); цену капитала отдельного проекта или программы в целом; доходность, то есть норму прибыли; премию за риск и меру риска. Она должна определяться заданной доходностью, то есть нормой прибыли, которую хочет получить собственник программы, ценой инвестиционного капитала и корректироваться с учетом системных и специфических рисков.

Автором разработан алгоритм требуемой нормы прибыли как основы для расчета ставки дисконтирования (рис. 1).



Рис. 1. Алгоритм обоснования необходимой нормы прибыли как основы для расчета ставки дисконтирования

Норма прибыли должна обеспечивать расширенное воспроизводство и рост отчислений на потребление. При этом ставка будет определяться как отношение рассчитанной необходимой прибыли к сумме стоимости основных производственных фондов и потребности дополнительных средств на пополнение основных фондов.

Прогнозирование денежных потоков проектов заключается в определении инвестиционных затрат и входящих денежных потоков как результатов эксплуатации объектов инвестирования. Считается, что инвестиционные затраты рассчитываются еще до момента инвестирования, а потом лишь корректируются с учетом возможных дополнительных затрат. К таким затратам относятся вложения в основные средства на всех этапах стратегического периода, затраты на ликвидацию имущества, изменения оборотного капитала.

Однако такой важный элемент, как источник финансирования не учитывается при определении и прогнозировании будущих денежных потоков. Во-первых, формируя инвестиционные ресурсы за счет собственных источников, часто делают ошибку по определению их стоимости, потому что данный капитал рассматривают как сумму нераспределенной прибыли и амортизационных отчислений. Во-вторых, при использовании заемных средств необходимо, чтобы время выплаты по кредитам процентов и основной суммы было точно рассчитано с входящими потоками. Иначе инвестиционные затраты должны быть увеличены на сумму штрафных санкций за несвоевременные расчеты по кредитным обязательствам. И, в-третьих, если в качестве источников финансирования используется привлеченный капитал в виде привилегированных акций, то при прогнозировании инвестиционных затрат обязательно должны быть заложены расходы, связанные с обязательствами по данным акциям.

На входящие денежные потоки влияет множество переменных (факторов). Например, способ расчета за реализованную продукцию: при коммерческом кредите возможно появление безнадежной дебиторской задолженности; если используется заемный капитал, то несвоевременные расчеты влекут за собой штрафные санкции; появление новых конкурентов на рынке может привести к снижению прогнозных цен на будущую продукцию; повышение цен на энергоресурсы - к увеличению себестоимости продукции.

При прогнозировании в качестве входящих денежных потоков принимаются денежные потоки от операционной деятельности, которые рассчитываются по объему продаж за вычетом текущих затрат. Причем вложения в ценные бумаги и на депозитные счета не учитываются. Так как объем продаж напрямую не связан с возможностями предприятия: производственной мощностью (неполное использование существующих мощностей) и объемом произведенной продукции (часть продукции может быть направлена на прирост готовой продукции), он может быть равным этим показателям или меньше их. Он также не может с достоверностью быть определен по такому показателю, как объем оплаченной продукции. Объем продаж в данном случае может быть больше или равным (при оплате в кредит, с отсрочкой платежа). Следовательно, при прогнозе будущих денежных потоков должны учитываться следующие ограничения: объем оплаченной продукции; объем продаж; объем произведенной продукции.

Вкладывая в инвестиционную программу капитал, инвестор предполагает получить от него доход. При этом одним из основных факторов, которые влияют на его решение о вложении капитала, является его цена. Уровень прибыльности инвестиционной программы должен быть выше стоимости капитала, иначе вложение капитала не целесообразно. Эффективность инвестиционной программы для собственника в значительной степени зависит от цены вовлеченного капитала, которая в свою очередь зависит от многих факторов. Например, от наличия потенциальных инвесторов, готовых вложить свой капитал, от всевозможных рисков (чем выше риск программы, тем выше цена капитала), от структуры формируемых инвестиционных ресурсов (собственные ресурсы являются самыми дорогими; по мере роста заемного капитала его цена также растет), а также от времени использования капитала (чем продолжительнее период вовлечения, тем дороже источник финансирования).

Следовательно, цена капитала является одним из самых важных показателей, которые влияют на принятие решения об инвестировании для инвестора и целесообразности привлечения данного источника финансирования для собственника. Причем уровень данного показателя для каждого из участников инвестиционного процесса противоположен, инвестор стремится «продать» свой капитал как можно дороже, а собственник - привлечь как можно дешевле.

Важным вопросом, который на данный момент времени является актуальным – как определить совокупную цену капитала и в каком показателе она должна быть учтена?

Западными учеными для определения цены капитала с целью установления нормы дисконта с учетом риска разработан метод средневзвешенной цены капитала, который можно использовать в украинских условиях.

Неоднозначна роль критериев, которые применяются для оценки проектов. Так, например, период окупаемости программы не может служить критерием ее эффективности, в случае если в программу включены взаимозависимые проекты. Проблематичным является использование критерия индекса доходности, так как он основан на отношении суммы будущих денежных потоков к приведенным инвестициям. Поэтому основным критерием программы может быть чистый приведенный доход программы (NPV) на основе обоснованной по представленной выше методике средневзвешенной норме дисконтирования. Он рассчитывается на основе элементов чистого денежного потока (ЧДП) за каждый год стратегического периода программы.

Чистый денежный поток программы можно определить с помощью формулы 1:

$$ЧДП_t = \sum_{k=1}^K A_{tk} - \sum_{k=1}^K I_{tk}, \quad t = \overline{1, T}, \quad (1)$$

где t – года; k – проекты; A_{tk} – будущие денежные потоки (возврат инвестиций); I_{tk} – инвестиции; T – стратегический период программы.

Рассчитаем все денежные потоки, при этом ЧДП являются разностью между суммами будущих денежных потоков по всем проектам в данном году и суммой инвестиций в том же году.

$$NPV_{pr} = \sum_{t=1}^T \frac{ЧДП_t}{(1+r)^t}, \quad (2)$$

где r – средняя ставка дисконтирования по программе.

На основе ЧДП может быть рассчитана внутренняя норма доходности, из решения уравнения 3:

$$\sum_{t=1}^T \frac{ЧДП_t}{(1+r)^t} = 0 \quad (3)$$

Однако этот показатель может быть рассчитан однозначно, если показатель ЧДП не будет знакопеременным. Основным критерием оценки эффективности инвестиционных программ может быть интегральный чистый приведенный доход, определяемый по средней ставке дисконтирования.

Дальнейшие исследования должны быть направлены на экспериментальную проверку данной методики при оценке эффективности инвестиционных программ в различных отраслях.

Литература

1. Чилій О.В. Обґрунтування норми дисконту в оцінці інвестиційних проектів // Фінанси України. - 2001. - № 8.-С. 112-115.
2. Ричард Брейли, Стюарт Майерс. Принципы корпоративных финансов: Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп - Бизнес», 1997. – 1120 с.
3. Виленский П.Л., Лившиц В.Н., Смоляк С.А. Оценка эффективности инвестиционных проектов: Теория и практика: Учеб. пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело, 2002. – 888 с.
4. Бригхэм Ю., Эрхардт М. Финансовый менеджмент. 10-е изд. / Пер. с англ. под ред. к.э.н. Е.А. Дорфеева – СПб.: Питер, 2005. – 960 с.

УДК 330.131.7:330.341.1

Обухова Ю.О.

АНАЛИЗ И МОДЕЛИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОГО РИСКА ПРИ ПРИНЯТИИ ИННОВАЦИОННЫХ РЕШЕНИЙ

Улучшение ситуации в экономике Украины, ее признание на международных рынках в значительной мере зависит от уровня конкурентоспособности предприятий, функционирующих в стране. В настоящее время этот показатель достаточно низок, что объясняется старыми производственными фондами и дефицитом внедряемых технологий. Очевидно, что уровень инновационных инвестиций напрямую влияет на состояние экономики Украины.

В соответствии с Законом Украины «Про инновационную деятельность» инновации – «созданные или усовершенствованные конкурентоспособные технологии, продукция или услуги, а также организационно-технические решения производственного, административного, коммерческого или другого характера, которые существенно улучшают структуру и качество производства и социальной сферы» [1]. Очевидно, что создание, выбор и внедрение инновационных проектов всегда связано с

риском. Инвестиционный риск является элементом неопределенности в сфере экономических отношений и представляет собой «вероятность возникновения непредвиденных финансовых потерь» [2, с. 49].

В литературе только в последнее время стали появляться работы, связанные с оценкой риска проектов. Это объясняется во многом советским наследием, когда имели место директивы, которые необходимо было выполнять безоговорочно. Кроме того, применяемые сейчас методики оценки риска, как правило, сводятся к корректировке ставки дисконта, а на практике менеджеры вообще уклоняются от оценки рисков проектов. Среди авторов работ, посвященных риску, можно выделить Бланка И.А. [2], Ковалева В.В. [4], Бугрову Е. [3], Коцюбу О.С. [5]. Но в них лишь коротко и поверхностно рассматриваются вопросы инвестиционных рисков.

Целью данной работы является создание модели оценки инвестиционного риска при выборе инновационных проектов. Для этого необходимо решить следующие задачи: проанализировать существующие в отечественной и зарубежной практике методы оценки инвестиционных рисков и сформулировать основные положения алгоритма оценки рисков.

В отечественной практике для оценки риска наиболее широко используются статистический и экспертный методы. Статистический метод базируется на изучении динамики прибыли и расходов за предыдущие периоды на данном или аналогичном предприятии, определяются среднее квадратичное отклонение и коэффициент вариации, которые учитываются при составлении прогноза.

Среднее квадратичное отклонение (σ) является показателем оценки уровня инвестиционного риска и вычисляется по следующей формуле [2, с. 52]:

$$\sigma = \sum_{i=1}^n (\varepsilon - \varepsilon_r)^2 \times p_i, \quad (1)$$

где n – число наблюдений; ε – расчетный доход по проекту при разных значениях конъюнктуры; ε_r – средний ожидаемый доход; p_i – значение вероятности, соответствующее расчетному доходу.

Чем меньше среднее квадратичное отклонение, тем менее рискованым является проект.

Коэффициент вариации (CV) определяет уровень риска, если показатели среднеожидаемых доходов различны, и вычисляется по формуле [2, с. 54]:

$$CV = \frac{\sigma}{\varepsilon_r}. \quad (2)$$

Соответственно, чем меньше этот показатель, тем лучше.

Но в условиях нестабильности экономики практическое применение этого метода затруднено в связи с неоднородностью информации. Соответственно искажается общая картина развития.

Метод экспертных оценок базируется на выводах специалистов относительно появления и изменений параметров проекта при его реализации. Но, на наш взгляд, он не может быть основополагающим при принятии решения, и его целесообразно использовать как дополнительный метод в силу его субъективного характера.

В зарубежной практике широко используются три метода учета риска: метод ожидаемой чистой нынешней стоимости (expected net present value – ENPV), анализ чувствительности (sensitivity analysis) и метод риск-приспособленного коэффициента дисконтирования (risk-adjusted discount rate). Все они в том или ином виде представлены и в отечественной литературе, в частности, в работе Ковалева В.В. [4].

Метод ENPV является модифицированным методом построения имитационной модели оценки риска. Имитационное моделирование связано с корректировкой денежного потока в зависимости от ситуации на рынке (пессимистическая, наиболее вероятная и оптимистическая) и последующим расчетом чистой нынешней стоимости (NPV) для всех вариантов. Далее для каждого варианта рассчитывается размах вариации R . Из сравниваемых проектов тот считается более рискованным, у которого размах больше.

Метод ENPV отличается тем, что каждому значению NPV присваивается вероятность наступления конкретной ситуации i на рынке (p_i), и рассчитывается взвешенное значение NPV [3, с. 30]:

$$ENPV = \sum_{i=1}^n (NPV_i \times p_i) \quad (3)$$

На основе этой величины и принимается решение о целесообразности реализации проекта.

Анализ чувствительности (аналог метода изменения денежного потока) показывает, как изменение отдельных показателей проекта влияет на решение о его реализации или отклонении. Задача состоит в том, чтобы вычислить, насколько могут быть изменены показатели, не нарушая вывод о целесообразности реализации проекта. Вывод делается на основе величины NPV, то есть проект следует отклонить, если в ходе изменения величин показателей чистая текущая стоимость меняет знак и становится $NPV < 0$. В методе же изменения денежного потока происходит оценка вероятности появления заданной величины показателя для каждой ситуации и каждого проекта в виде понижающих коэффициентов. После этого

составляются новые скорректированные проекты и для них рассчитывается чистая нынешняя стоимость. Предпочтителен тот проект, у которого NPV больше, а соответственно риск меньше.

Метод риск-приспособленного коэффициента (аналог метода поправки на риск коэффициента дисконтирования) основывается на том, что инвестор для собственной безопасности обычно требует компенсацию за определенный риск, в результате используемый коэффициент дисконтирования включает в себя также премию в виде дополнительных процентов.

Перечисленные методы имеют одно неоспоримое преимущество: они достаточно просты для применения и наглядны, а поэтому получили широкое распространение в зарубежной практике. Но, на наш взгляд, эти методы не в полной мере оценивают риск, связанный с реализацией инвестиционного проекта, так как все они базируются на каком-то одном показателе. На практике каждый показатель эффективности проекта помимо достоинств имеет и ряд недостатков и не дает точного ответа о целесообразности принятия проекта или его отклонения. Кроме того, на практике при принятии решения инвесторы руководствуются выводами, сделанными на основе вычислений и других показателей эффективности инновационных проектов. Причем значимость каждого показателя определяется исходя из стратегии развития конкретного предприятия: например, для инвестора может быть основополагающим при выборе проекта скорость возврата вложенных средств, в результате большое значение будет придаваться величине срока окупаемости проекта. Таким образом, при оценке риска инновационного проекта имеет смысл рассмотрение нескольких показателей и их отклонений при разных вариантах развития события. После этого может быть построена сводная таблица, которая будет включать в себя следующую информацию: названия показателей, их средние значения и отклонения показателей от средних. Далее эти значения должны быть проранжированы исходя из стратегии и тактики развития предприятия и каждому присвоена такая величина, как вес параметра. И как раз на этом этапе, было бы оправдано подключение к работе экспертов для согласования целей предприятия и ситуации на рынке (табл. 1).

Таблица 1. Показатели эффективности инновационных проектов

Название показателя	I проект		II проект		Вес
	Среднее значение показателя	Отклонение показателя	Среднее значение показателя	Отклонение показателя	
Чистая текущая стоимость	NPV_1	σ_{NPV1}	NPV_2	σ_{NPV2}	I_1
Индекс рентабельности	PI_1	σ_{PI1}	PI_2	σ_{PI2}	I_2
Внутренняя норма прибыли	IRR_1	σ_{IRR1}	IRR_2	σ_{IRR2}	I_3
Срок окупаемости	PP_1	σ_{PP1}	PP_2	σ_{PP2}	I_4
Сумма:					1,00

Рассмотрим гипотетический пример расчета анализа эффективности проекта с учетом нормального распределения риска. Пусть у предприятия имеется два альтернативных инновационных проекта (табл. 2).

Таблица 2. Показатели эффективности проекта с учетом нормального распределения риска

Состояние рынка	I проект				II проект				Вероятность состояния
	Год				Год				
	0-й	1-й	2-й	3-й	0-й	1-й	2-й	3-й	
Хорошее	-1350	1220	1220	1220	-1500	1300	1300	1300	0,1
Относительно хорошее	-1350	1005	1005	1005	-1500	965	965	965	0,2
Среднее	-1350	794	794	794	-1500	620	620	620	0,4
Относительно плохое	-1350	569	569	569	-1500	590	590	590	0,2
Плохое	-1350	370	370	370	-1500	450	450	450	0,1

Денежные потоки распределяются по разным сценариям в зависимости от рыночных условий. Кроме того, имеется вероятность отмеченных вариантов экономического состояния по оценкам экспертов. Норма дисконтирования для соответствующих типов проектов в компании составляет 15%.

Рассчитаем основные показатели эффективности проектов для всех сценариев развития событий, используя стандартные методики расчета, и представим их в виде табл. 3.

Из табл. 3 видно, что в случае наступления на рынке хорошей ситуации по показателям эффективности выгоднее выбрать второй проект, несмотря на то, что он требует больших капиталовложений.

Таблица 3. Сводные показатели эффективности проектов для всех сценариев развития событий

Состояние рынка	I проект				II проект			
	NPV	PI	IRR	PP	NPV	PI	IRR	PP
Хорошее	1435,53	2,06	26,29%	1,11	1468,19	1,98	25,04%	1,15
Относительно хорошее	944,64	1,70	20,06%	1,34	703,31	1,47	14,51%	1,55
Среднее	462,88	1,34	10,68%	1,70	-84,40	0,94	8,23%	2,42
Относительно плохое	-50,84	0,96	7,00%	2,37	-152,89	0,90	11,46%	2,54
Плохое	-505,21	0,63	40,54%	3,65	-472,55	0,68	32,25%	3,33

В случае относительно хорошего, среднего и относительно плохого состояний выгоднее остановиться на первом проекте. Если же наступит плохое состояние, то у компании будут меньше потери, если она выберет второй проект. Но из данной таблицы нельзя сделать вывод об уровне риска, который возникает в той или иной экономической ситуации. Поэтому целесообразно вычислить средние значения данных показателей и непосредственно риск в виде стандартного отклонения. Кроме того, каждому показателю на основе мнений экспертов и стратегии компании необходимо присвоить вес (табл. 4).

Таблица 4. Показатели оценки эффективности проектов

Название показателя	I проект		II проект		Вес
	Среднее значение показателя	Отклонение показателя	Среднее значение показателя	Отклонение показателя	
Чистая текущая стоимость	456,94	536,18	175,89	559,82	0,32
Индекс рентабельности	1,34	0,4	1,12	0,4	0,21
Внутренняя норма прибыли	16%	10%	14%	8%	0,18
Срок окупаемости	1,90	0,7	2,24	0,6	0,29
Сумма:					1,00

Из табл. 4 видно, что при принятии решения о реализации проекта инвестор будет руководствоваться, в первую очередь, значениями двух показателей: срок окупаемости и чистая нынешняя стоимость, так как вес этих показателей больше остальных. Среднее значение чистой нынешней стоимости для первого проекта превышает в 2,5 раза эту же величину для второго проекта. Что касается среднеквадратичного отклонения, то оно не сильно отличается, но, учитывая разницу в средних, предпочтительнее первый проект. По среднему значению срока окупаемости предпочтительнее также первый проект, несмотря на то, что отклонение на 0,1 больше. При рассмотрении показателя рентабельности инвестиций становится очевидным, что первый проект также наиболее выгодно реализовывать: $PI_1 > PI_2$, $\sigma_{PI1} > \sigma_{PI2}$. Что касается внутренней нормы прибыли, то $IRR_1 > IRR_2$ и $IRR_2 < r$, и соответственно, первый проект предпочтительнее, несмотря на то, что $\sigma_{IRR1} < \sigma_{IRR2}$. Таким образом, из анализа данных табл. 4 следует, что целесообразней реализовывать первый инновационный проект, и этот вывод базируется на конкретных величинах, которые отражают уровень риска, связанный с неопределенностью рыночной ситуации в будущем.

Таким образом, предложенная модель оценки риска инновационных проектов дает возможность со всех сторон оценить риск и принять основанное на конкретных данных решение о принятии или отклонении данного проекта.

Литература

1. Закон України „Про інноваційну діяльність” // Відомості Верховної Ради України.- 2002.- № 36.- ст. 266.
2. Бланк И.А. Инвестиционный менеджмент. – Киев, МП «Итем» ЛТД, «Юнайтед Лондон Трейд Лимитед», 1995 – 448 с.
3. Бугрова Е. Методологические основы оценки риска при принятии инвестиционных решений // Экономика Украины. – 2003. - №10. – С. 29-32.
4. Ковалев В.В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности. – М.: Финансы и статистика, 1995. – 432 с.
5. Коцюба О.С. Моделювання ризику інвестиційної діяльності // Фінанси України. – 2004. – №7. – С. 56-67.

УДК 656.615 (477.75)

Потева М.А.

РЕЗЕРВЫ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ПРОПУСКНОЙ СПОСОБНОСТИ МОРСКИХ ПОРТОВ АР КРЫМ

Правительство АР Крым представило для широкого общественного обсуждения программу социально-экономического развития АР Крым на период до 2015 г. Предлагаемые в проекте мероприятия заслуживают не формального одобрения, а обстоятельного научного осмысления и расчёта. Цель статьи: обосновать авторский подход к методике определения пропускной способности важнейшего звена региональной экономики – транспорта и определить необходимость дальнейшего перспективного развития морских портов Крыма.

Научная новизна статьи заключается в обосновании организационно-технологических усовершенствований предприятий морского транспорта исходя из потребностей не только регионального рынка, но и расширяющихся международных торговых связей Украины в целом.

Основным видом деятельности морских портов является переработка грузов, доставляемых или отправляемых морскими судами через порт, различного рода погрузочно-разгрузочные операции, а также обслуживание пассажиров, перевозимых морским флотом. Кроме того, в портах обслуживаются морские суда, совершающие транзитные операции. Собственным портовым флотом выполняются местные и каботажные грузовые и пассажирские перевозки. Многие порты не только перегружают строительные материалы, но при наличии необходимой техники, добывают со дна рек, озёр или моря песок, гравий и грузят его для дальнейшей перевозки на транспортные средства. В таком случае порт выполняет операции свойственные добывающей отрасли.

Выполненные в порту в течение определённого времени погрузочно-разгрузочные операции, приём или отправка пассажиров представляют продукцию морского транспорта, измеряемую количеством тонн грузопереработки или отправленных пассажиров. Перевозочная работа порта определяется, соответственно, грузоперевозками, измеряемыми в тонно-километрах (т/км), а пассажиров – в пассажиро-километрах (пас/км). Максимально возможное количество грузопереработки (или грузоперевозки) силами порта представляет его потенциальную пропускную способность. Производственно-пропускная способность порта зависит, прежде всего, от технической (складской и т.п.) оснащённости морского предприятия, наличия достаточного количества и соответствующей квалификации рабочей силы, уровня информационного обеспечения и организации портовой деятельности. Иными словами пропускная способность порта по грузопереработке зависит от следующих факторов:

- 1) мощности погрузочно-разгрузочной техники, её технического состояния;
- 2) наличия и приспособленности для конкретных грузов складской площади;
- 3) наличия соответствующей квалификации рабочей силы;
- 4) уровня обеспеченности порта другими необходимыми производственными ресурсами (электроэнергией, горюче-смазочными материалами, информацией, организационно-управленческими);
- 5) протяженностью и глубинами причальных сооружений.

Результирующая величина пропускной способности порта определяется по какому-либо одному лимитирующему фактору при зафиксированных значениях остальных факторов.

АР Крым имеет благоприятное для развития морского транспорта географическое расположение, омывается Черным и Азовским морями, имеет достаточно протяженное морское побережье, удобные для морских судов бухты. С давних времён сформировались морские торговые и рыболовецкие порты Крыма такие как Керченский, Феодосийский, Ялтинский, Евпаторийский, Севастопольский. Предприятия морского транспорта АР Крым являются владельцами причальных сооружений протяженностью 12979 м., на их балансе находится 97 причалов, из которых 55% - грузовые, 32% - пассажирские и 13% - грузопассажирские. Более трети указанных причалов имеют стационарную механизацию. В общей транспортной системе Крыма доминирующие позиции занимает железнодорожный транспорт. На долю морского транспорта приходится только 3,2% (2003 г.) грузоперевозок и 0,4% - пассажироперевозок. Однако в обслуживании отдельных грузопотоков и пассажирских перевозок морской транспорт имеет исключительное значение и за последние годы

наметилась устойчивая ежегодная тенденция роста грузоперевозок (2003 г. – 30,7%) и пассажироперевозок (соответственно – 18,5%).

Предприятия морского транспорта Крыма, наращивая объёмы грузовых и пассажирских перевозок, повышают свои позиции в общих объёмах морской транспортной продукции Украины, о чём свидетельствуют статистические данные, приведенные в табл. 1 [1, с. 46, 54, 65, 72; 2, с. 6].

Таблица 1. Перевозки грузов и пассажиров морским транспортом АР Крым

		1999 г.	2000 г.	2001 г.	2002 г.	2003 г.
Перевозка грузов, тыс. т	Украина	6478	6316	8232	8786	8851
	Крым	501	616	472	685	895
	АРК,%	7,7	9,7	5,7	7,8	10,1
Грузооборот, млн. т.км	Украина	14066	8601	10062	8849	9905
	Крым	61	156	176	262	418
	АРК,%	0,4	1,8	1,8	3,0	4,2
Перевозки пассажиров, млн. чел.	Украина	3,1	3,7	5,3	5,4	6,9
	Крым	0,6	0,7	0,7	0,9	1,1
	АРК,%	21	19,6	14	17,5	16,2
Пассажирооборот, млн. пас/км	Украина	50,9	57,8	28,2	38,3	47,8
	Крым	10,2	13,0	9,8	16,9	18,3
	АРК,%	20,0	22,5	34,7	44,1	38,3

Сопоставляя расчётную пропускную способность порта с выполненным объёмом переработки грузов (или отправлением пассажиров) за год можно выявить резервы пропускной способности порта или его „узкие места”, требующие дополнительных капиталовложений и развития.

Оценка степени использования пропускной способности морских портов может быть выполнена только относительно потоков тех или иных конкретных грузов, или видов грузов (насыпные, тарноштучные, наливные, лесные и т.д.). Если же принять позицию некоторых авторов, использующих общий подход, то можно прийти к ошибочному выводу о необходимости или, наоборот, нецелесообразности развития производственных мощностей отдельных морских портов. Например, Ю. Пащенко указывает: «Морские порты Украины могут перерабатывать 120 млн. т грузов в год. Резервы перерабатывающей способности морских портов в целом составляют около 40% - потенциал Украины на сегодня используется только на 50-60% [3, с. 39]. Фактические объёмы переработки грузов морскими портами Украины в 2000 г. составили 91,9 млн. т, а в 2003 г. - 126,9 млн. т. Следовательно, речь может идти не о значительных резервах пропускной способности морских портов, а о необходимости развития портов в целях увеличения их пропускной способности. Такой же вывод напрашивается при анализе состояния материальной базы морских портов и потребностей рынка транспортных услуг морского флота и портов.

Предприятия морского транспорта Крыма представлены морскими портами городов Феодосия, Керчь, Евпатория, Ялта и Севастополь. Преимущественно это морские торговые порты, но в г. Севастополь и Керчь есть и морские рыбные порты.

Порт Евпатория существует столько же лет, сколько город, с бывшим названием Керкенидида, то есть 25 веков. В 1798 г. император Павел I своим манифестом даровал порту Евпатория статус свободного порта. В 1929 г. решением Советского правительства порт был закрыт для иностранных судов. Во время Великой Отечественной войны порт был полностью разрушен и приём судов крымско-кавказской линии осуществлялся на рейде. Отсутствие железнодорожной линии к порту сдерживало его развитие. В 70-х гг. коллектив порта за счет внутренних средств осуществлял реконструкцию причалов, изменил их расположение и значительно расширил. Порт приобрёл защищённую от штормов акваторию. По периметру Каламитского залива сооружено пять пассажирских пирсов для судов местного флота. С 20 октября 1992 г. по решению Кабмина Украины порт Евпатория стал открытым и получил право принятия иностранных судов. Созданы необходимые для этого службы контроля и судового обеспечения. В кратчайший срок было организовано всё необходимое для приёма морских судов типа «ро-ро» с большегрузными автомашинами на борту, следующими через территорию Украины в Россию и западные страны. За последние годы возрос объём грузооборота и переработки грузов, в том числе экспортно-импортных операций и транзитных грузов (табл. 2) [2, с. 17-20].

Ежегодно порт Евпатория обрабатывает от 400 до 500 судов, уступая по их количеству только Керченскому из всех крымских морских портов.

Таблица 2. Переработка грузов в Евпаторийском морском порту (тыс. т)

	1999 г.	2000 г.	2001 г.	2002 г.	2003 г.
Всего грузопереработка	853,2	875,5	597,5	947,0	1082,3
в т.ч. грузов экспортных	20,3	20,1	40,1	50,1	62,0
импортных	23,6	30,2	50,6	61,2	55,8
транзитных	45,4	63,6	88,5	111,2	156,9

Второй вид деятельности Евпаторийского порта связан с добычей строительного песка в озере Донузлав, его складированием и погрузкой на суда и автотранспорт через грузовой район на Северной косе. Причал длиной 150 м и глубиной 6 м позволяет загружать суда типа «река-море» строительным песком. Складская площадь 9000 м² даёт возможность складировать до 100 тыс. т песка.

На Южной косе озера Донузлав имеется грузовой причал длиной 400 м и глубиной 10 м. Кроме Евпаторийского порта добычей песка в озере занимаются различные коммерческие предприятия Киева, Севастополя, которые реализуют песок строительным организациям через Севастопольский и Ялтинский порты. Евпаторийский морской порт не имеет достаточных плавсредств. Учитывая возрастающие объёмы строительных работ в Крыму, спрос на песок остаётся постоянным. Представляется целесообразным централизовать перевозки песка единым портофлотом, что обеспечит прибыльность погрузочно-разгрузочной работы всем портам Крыма. Более того, при наличии морских транспортных судов, появится возможность использовать прямой вариант погрузки, без промежуточного складирования, а значит и лишних расходов по погрузочно-разгрузочным работам, лишних потерь песка во время сильных ветров. Увеличение добычи и отгрузки песка со дна озера Донузлав означает одновременное углубление подходов к причалу. Расчеты экспертов показали, что для реконструкции причала на Северной Косе озера до глубины 15 м необходима выемка по входному каналу к акватории причала около 1,6 млн. м³ грунта, который состоит из песка. Дноуглубление даст возможность заходить в озеро крупнотоннажным судам. Появится возможность привлечь транзитные грузы из России, перегружая их с речных судов. Евпаторийский морской порт имеет перспективные возможности увеличения грузопереработки, не ограничиваясь обработкой паромов из Зонгулдака, теплоходов, обслуживающих бизнес-туры в Стамбул, добычи и отгрузки песка пока что в незначительных объёмах. Государственное объединение «Укрморпорт» создано для оказания помощи (в том числе финансово-кредитной) портам страны. Пять крымских из девятнадцати морских торговых портов Украины заслуживают большего внимания со стороны данного Государственного объединения.

Евпаторийский порт нуждается в значительном обновлении основных фондов, особенно погрузочно-разгрузочной техники, портового флота. Средний износ по всем видам основных фондов составляет 52,7%. Однако погрузочно-разгрузочная техника устарела в большей степени. Грузопассажирский комплекс Евпаторийского порта оборудован: порталными кранами «Ганц», грузоподъёмностью 5/6 т – 2 ед., пневмоколёсным краном «Като» г/п 20 т, гусеничным краном РДК-160 г/п 5-16 т – 2 ед., РДК 25-2 г/п 25 т – 1 ед., автокраном и автопогрузчиками г/п 5 т – 4 ед. [7, с. 173].

Площадь открытых складов 23,5 тыс м² вместимостью свыше 10 тыс. т и крытый склад полезной площадью 200 м². Грузовой район портопункта Донузлав оборудован тремя порталными кранами и двумя бульдозерами. Имеются открытые склады площадью 12 тыс. м², вместимостью 50 тыс. т. Железнодорожной ветки к Евпаторийскому порту нет, хотя ближайшая железнодорожная станция находится в 4 км от порта. Общая пропускная способность составила: грузопассажирского комплекса 1 млн. т в год и грузового района портопункта Донузлав – 500 тыс. т в год. Фактический объём переработки грузов в 2004 г. составил 1277,6 тыс. т (в т. ч. песка 322,2 тыс. т). Таким образом расчётная пропускная способность морского Евпаторийского порта используется на 85,1%, при этом имеются значительные возможности её расширения и более полного использования.

Керченский морской торговый порт расположен на берегу Керченского пролива, соединяющего Черное и Азовское моря. В VI в. до н.э. на месте современной Керчи был древнегреческий город Пантикапей, ставший позднее столицей Боспорского государства, разрушенного впоследствии гуннами. В IX-XI вв. здесь располагался древнерусский город Керчев, который с 1475 г. принадлежал туркам, а в 1774 г. город с крепостью Еникале был присоединён к Российской империи. Город и порт зависел от экспорта хлеба и рыбы. Для развития торгового судоходства в 1874 г. в Керченском проливе был прорыт канал, получивший название Керчь-Еникальский. Кроме морского торгового порта, Керченской паромной переправы (порт Крым), здесь имеется Керченский рыбный порт. Датой основания Керченского морского торгового порта считается 10 октября 1821 г. Порт открыт для захода судов круглый год. К его причалам могут подходить суда длиной до 200 м, с осадкой 8,3 м. Порт оснащён современными погрузочно-

разгрузочными машинами, позволяющими перерабатывать генеральные грузы, навалочные грузы, контейнеры, колесную автотехнику, зерно насыпью. Общие объёмы переработки грузов в Керченском порту ежегодно возрастает (табл. 3) [2, с. 17; 7, с. 232].

Таблица 3. Переработка грузов в Керченском регионе (тыс. т)

	1999 г.	2000 г.	2001 г.	2002 г.
Всего по региону Керчь	1354,0	1509,4	1608,3	2818,1
в т.ч. в Керченском морском порту	1160,0	1183,1	1270,7	1708,9

В Керченском морском порту один производственный перегрузочный комплекс, располагающий семью причалами общей длиной 1354 м. Подъездные железнодорожные пути позволяют обрабатывать грузы по причальному фронту и в тылу. В 2003 г. началось строительство элеватора (первая очередь с единовременным хранением 20 тыс. т зерна). Общая площадь открытых складов 139,6 тыс. м². В порту 8 крытых складов для хранения генеральных грузов (общая площадь 10627 м²). Для выполнения погрузочно-разгрузочных операций порт оснащён 30 порталными кранами, двумя автокранами, значительное количество автопогрузчиков и другой механизации. Расчётная мощность порта по переработке грузов определена в размере 2,5 млн. т грузов в год. Фактическое использование пропускной способности в 2004 г. составило 80%.

Феодосийский морской торговый порт - универсальный порт с широкой номенклатурой перерабатываемых грузов. Первые сведения о прошлом города и порта восходят к VI в. до н.э. После присоединения Крыма к России город с 1798 г. в течение 12 лет пользовался статусом «порто-франко». В конце XIX в. развитие порта связано с возросшим потоком судов. Назрела необходимость в новом порте. Его строительство велось с 1892 г. по 1895 г. В настоящее время порт хорошо механизирован, имеет разветвлённую сеть железнодорожных путей. С 1992 г. Феодосийский порт открыт для приёма иностранных судов. Порт расположен в западной части незамерзающего Феодосийского залива Черного моря. Глубина в заливе до 24 м. Глубины на внешнем рейде 17-20 м. Акватория порта представляет водное пространство, ограниченное со стороны берега широким молотом и частью набережной Десантников. Акватория порта включает часть водного пространства у рейдовых Северного и Южного нефтеналивных причалов, нефтепирса, в районе перевалочной нефтебазы №1.

Феодосийский порт занимает второе место в Украине по степени перевалки нефти и нефтепродуктов. Порт принимает и обслуживает лихтеровозы, суда «ро-ро», сухогрузные суда, грузоподъёмностью 10-25 тыс. т. Объёмы переработки грузов в Феодосийском морском торговом порту за последние годы имеют устойчивую тенденцию роста (табл. 4) [7, с. 411].

Таблица 4. Переработка грузов в Феодосийском морском торговом порту (тыс. т)

	1998 г.	1999 г.	2000 г.	2001 г.	2002 г.
Грузы навалочные и насыпные	219,9	188,0	210,5	244,7	521,7
• строительные	152,5	137,4	204,9	244,7	441,8
• минеральные удобрения	67,4	26,4	-	-	-
• зерно	-	24,2	5,6	-	79,9
Тарно-штучные	286,5	222,0	217,6	169,7	193,1
• металлы	262,3	207,4	213,5	167,3	175,3
Минеральные удобрения	18,9	14,0	-	-	12,5
Нефтеналивные	2250	4010,5	4245,8	3583,6	6022,9
ВСЕГО	2756,4	4420,5	4673,9	3998	6737,7

Через Феодосийский морской порт ежегодно отправляется до 1000 тыс.т экспортных грузов. В порту два грузовых района. Один предназначен для перевозки сухих грузов, другой – для нефти и нефтепродуктов. При существующей технической и складской оснащённости Феодосийский морской торговый порт способен перерабатывать до 11,25 млн. т грузов в год, в том числе 1,25 млн. т – сухогрузов. Таким образом, пропускная способность порта по нефтеналивным грузам используется на 60%, а по сухогрузам – на 53%. В целях расширения возможности обработки крупнотоннажных судов с осадкой до 12 м планируется расширение причалов №1,2,3 на 30-50 м. Это позволит значительно увеличить складские площади грузового участка.

Ялтинский морской торговый порт - преимущественно пассажирский порт, обслуживающий отечественные и иностранные круизные суда, осуществляет собственным портовым флотом перевозки

пассажирах между населёнными пунктами Южного берега Крыма. В 1986 г. в порту введён в эксплуатацию современный перегрузочный комплекс в Массандре, способный перерабатывать до 2 млн. т грузов в год. Грузопассажирский комплекс Массандры включает грузовой причал, оснащённый тремя кранами «Ганц» порталный (грузоподъёмностью 5-6 т) и «Альбатрос» (грузоподъёмностью 10-20 т). В распоряжении порта плавучий кран ПК – 87 (грузоподъёмностью 100 т), автопогрузчики. В порту отдельный причал для судов типа «ро-ро» и паромов. Площадь открытых складов – 15 тыс. м². На грузопассажирском комплексе имеется таможенно-лицензионный склад площадью 1150 м². Порт остро нуждается в развитии складской инфраструктуры с целью увеличения объёма грузопотоков. Однако наиболее перспективным является развитие мощностей по обслуживанию пассажирских перевозок.

Ялтинский порт, являющийся и судоходной компанией, ведёт работу по обновлению грузового и пассажирского флота заграничного плавания. Планируется реконструкция флота заграничного плавания, пассажирского комплекса с целью обеспечения приёма в порту крупных пассажирских судов длиной более 300 м, осадкой более 10 м. Суда портофлота в доперестроечные годы перевозили до 6 млн. пассажиров в год. В настоящее время флот порта перевозит до 1,5 млн. пассажиров в год. Порт имеет многочисленные оборудованные портопункты и причалы – Форос, Симеиз, Алушка, Мисхор, Ласточкино гнездо, Золотой пляж, Ливадия, Интурист, Никитский ботанический сад, Донбасс, Морис Торез, Гурзуф, Фрунзенское, Рабочий уголок, Алушта, Малореченское, Рыбачье, Морское, Судак.

Севастопольский морской рыбный порт создан в 1964 г. и первоначально специализировался на переработке рыбной продукции. В настоящее время порт перерабатывает, кроме рыбной продукции, металлы, нефтеналивные и другие грузы. С 1992 г. порт открыт для захода иностранных судов. Компания «Югторсан» перерабатывает нефть и нефтепродукты на нефтеналивном причале порта. В 2002 г. грузооборот порта составил 2647 тыс. т, в том числе наливные грузы – 1550 тыс. т, черные металлы – 981 тыс. т. Рыбной продукции переработано менее 30 тыс. т. В порту имеются грузовой район, расположенный на восточном берегу Камышовой бухты и нефтеналивной район (нефтебаза) – на западном берегу. Причалы морского рыбного порта №210, 211 оборудованы тремя железнодорожными ветками, причалы №216, 217 – двумя, а тыловые площади причалов №218–220 – одной железнодорожной веткой. Общая площадь закрытых неотапливаемых складов – 6180 м², закрытых отапливаемых – 20000 м², складов-навесов – 1355 м² и открытых складов – 27211 м². В порту имеется холодильный на 5010 т грузов. Нефтебаза оснащена тремя ёмкостями для жидкого топлива объёмом 360 м³. На кордоне и в тылу причалов установлено 23 порталных крана типа «Ганц», «Форель», «КПП», «Альбатрос» и козловой кран грузоподъёмностью 50 т. Планируется построить причальную линию длиной 400 м с проектными глубинами 11,5 м, что позволит обрабатывать суда грузоподъёмностью до 50 тыс. т. Кроме того, планируется строительство комплекса для переработки металлопродукции, угля и кокса предприятий Донецкого региона.

Севастопольский морской торговый порт имеет незначительный объём грузопереработки (в 2002 г. – 307,4 тыс. т). Порт перерабатывает около 100 тыс. т тарно-штучных грузов, 150 тыс. т нефтеналивных, 60 тыс. т строительных материалов (песок) и 65 тыс. т металлолома. В целях выявления резервов пропускной способности и анализа степени её использования проанализируем динамику объёмов переработки грузов в морских портах по регионам АР Крым. Статистические отчётные данные за 1999-2003 гг. показывают существенный рост грузопереработки (табл. 5) [1, с. 47].

Таблица 5. Переработка грузов по регионам (тыс. т)

	1999 г.	2000 г.	2001 г.	2002 г.	2003 г.
ВСЕГО	6753,8	7173,9	6359,3	10695,5	16017,1
Феодосия	4420,5	4673,9	3998,0	6737,7	11067,2
Керчь	1354,0	1509,4	1608,3	2818,1	3649,5
Евпатория	853,2	875,5	597,5	947,0	1082,8
Ялта	102,7	115,1	155,5	190,7	217,6

За период с 1999 по 2003 гг. объём грузопереработки вырос в 2,37 раза. Наиболее значительно возросли объёмы переработки грузов в Керченском морском порту (в 2,69 раза), в Феодосийском (в 2,5 раза). Их удельный вес в общем объёме грузопереработки составил, соответственно, 22,8% и 69,1%.

Однако каждый из морских портов Крыма имеет свою доминирующую специализацию в переработке грузов, характеристика которой приведена выше. Анализ существующих мощностей морских портов и их сопоставление с объёмами реальных грузопотоков показали, что порты Крыма

далеко не в полной мере используют погрузочно-разгрузочное, складское оборудование, транспортный флот (табл. 6).

Таблица 6. Анализ резервов пропускной способности портов АР Крым

	Всего грузов, тыс. т	в том числе	
		сухогрузы	наливные
Предъявлено для переработки грузов в 2003г.	16017,1	4938,9	11078,2
Суммарная пропускная способность портов по грузопереработке	20300	8300	12000
Резервы пропускной способности портов по грузопереработке	4283	3361	922

Как видно из табл. 6, морские порты Крыма имеют достаточно немалые резервы пропускной способности по переработке грузов. Такой вывод приобретает особое значение в условиях формирования единой транспортной системы стран Черноморского экономического сотрудничества.

Учитывая резервы пропускной способности морских портов Крыма, тенденции последних лет увеличения сложившихся грузопотоков и перспективы возникновения дополнительных потоков через морские порты полуострова, считаем необходимым: 1) усовершенствовать коммерческо-маркетинговую деятельность портов по привлечению дополнительных грузопотоков; 2) продолжить политику руководства морских портов, Министерства транспорта Украины по формированию портово-производственных комплексов в Крыму; 3) включить в программу развития транспортного комплекса Крыма приобретение Украиной дополнительных единиц морского флота, в том числе судов типа „ро-ро” для осуществления морских перевозок на паритетных началах со странами Черноморского бассейна.

Литература

1. Транспорт і зв'язок Автономної республіки Крим. Статистичний збірник. Держкомстат України. Головне управління статистики в АРК. м. Сімферополь. - 2004. - 169 с.
2. Діяльність морського транспорту АР Крим. Статистичний збірник. Головне управління статистики в Автономній республіці Крим, м.Сімферополь, 2004. - 42 с.
3. Пашенко Ю. Транспортная политика Украины // Экономика Украины.- 2001. - №12. - С. 39.
4. Скворцов Г. Пути стабилизации морского и речного транспорта в Украине // Порты Украины. - 2003. - №4. - С. 8-10.
5. Порты Украины в 2002 г // Порты Украины. - 2003. - №1. - С. 44-48.
6. Підсумки діяльності транспортного комплексу АР Крим у 2003 році. Статистичний огляд. м. Сімферополь, 2004. - 49 с.
7. Все о портах Украины. Справочник. Издательство „Порты Украины” под ред. Ильницького К., Одесса, 2003. - 664 с.

УДК 332.14:330.123 (477.75)

Круглова М.В.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ КАК ОСНОВНОЙ МЕТОД ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ РЫНКА УСЛУГ В АР КРЫМ

Сфера услуг является одной из главных составляющих экономики АР Крым, где образуется не менее трети валовой добавленной стоимости. По объему реализации она занимает одно из ведущих мест, опережая розничный товарооборот юридических лиц.

Наибольший интерес в АР Крым представляют услуги рекреационного комплекса и туризма. На сегодняшний день процесс вхождения данного комплекса в мировой рынок услуг сдерживается рядом факторов, в том числе и недостатками государственной политики в области туризма, отставанием отрасли от зарубежных аналогов. В такой ситуации все большего внимания требуют вопросы стратегического планирования. А.П. Дурович в своей работе «Маркетинг в туризме» отмечал, что невозможно установить максимально возможную планомерность и пропорциональность в туристической деятельности без продуманного и всеобъемлющего планирования. Без него трудно добиться согласованных действий в области туризма, сложно поддерживать приоритетность направления деятельности. Стратегическое

планирование – процесс разработки специфических стратегий, способствующих достижению целей на основе поддержания стратегического соответствия между ними. А.П. Дурович пишет, что смысл и особенность стратегического планирования заключается в том, что оно ориентирует в большей степени на предвидение будущих изменений внешней среды, нежели на реагирование на уже происходящие изменения [5, с. 231].

Н.Л. Павловская и С.И. Рудницкий также отмечают, что разработка и реализация комплексного проекта развития туристско-рекреационного потенциала «дала бы возможность эффективно использовать имеющийся потенциал уникальных природных рекреационных ресурсов, создать дополнительные рабочие места, улучшить инфраструктуру региона, вывести на международный уровень, то есть осуществить свой вклад в экономическое развитие области» [7, с. 327].

Необходимо добавить ещё и тот факт, что стратегическое планирование невозможно осуществить без прогнозирования, без анализа развития отрасли в базисный период и его обоснования в перспективном периоде.

В работе «Курортно-рекреационное хозяйство» А.В. Гидбута и А.Г. Мезенцева показана методика определения перспективного экономического эффекта. Используя оценку экономического эффекта от использования рекреационных ресурсов и сопоставляя эту величину с затратами, можно определить экономическую эффективность развития курортно-рекреационного хозяйства [4, с. 25]. Они утверждают, что необходимость прогнозирования курортно-рекреационного хозяйства (КРХ) как самостоятельного элемента вызвано, прежде всего, ростом масштабов КРХ, в том числе его пространственным расширением и усложнением структуры в условиях ведомственной разобщенности [4, с. 45].

Сложность и противоречивость развития сферы услуг, а также недостатки в регулировании этого процесса объясняют актуальность выбранной темы.

Целью работы является разработка методических подходов к осуществлению регулирования сферы услуг.

Исходя из этого, задачами являются: определение сущности стратегического планирования; оценка необходимости прогнозирования как основного способа проведения стратегического планирования; получение результатов и рекомендаций по осуществлению стратегического планирования.

На государственном уровне стратегическое планирование представляет собой разработку различных программ перспективного развития. Так, например, существуют Указ Президента Украины «Об основных направлениях развития туризма Украины до 2010 г.» №973/99 от 10 августа 1999 г. [1] и Постановление Кабинета Министров Украины «Об утверждении Государственной программы развития туризма на 2002-2010 г.» от 29 апреля 2002 г. Согласно Указа Президента Украины, стратегия развития туристической индустрии является одним из приоритетных направлений развития национальной культуры и экономики.

Развитие туризма влияет на такие сектора экономики, как транспорт, торговля, связь, строительство, сельское хозяйство, производство товаров широкого потребления и является одним из наиболее перспективных направлений структурной перестройки экономики. В свою очередь, важнейшими факторами развития туристической отрасли являются природно-рекреационный и историко-культурный потенциал региона [2, с. 1].

Программа развития туризма согласно Постановлению Кабинета Министров Украины направлена на стимулирование эффективного использования рекреационных ресурсов и развитие рыночных отношений в туристической сфере, а также призвана определить перспективы дальнейшего развития туризма на основе анализа его современного состояния [2, с. 2].

Необходимо отметить, что одним из способов осуществления стратегического планирования является прогнозирование параметров основных детерминант, входящих в портфель стратегий. Так, например, одной из основных детерминант портфеля стратегий являются объемы реализации товаров, а применительно к рынку услуг это объемы реализации самих услуг и, следовательно, для рекреационного комплекса – санаторно-курортных и оздоровительных услуг.

При прогнозировании объемов реализации санаторно-курортных и оздоровительных услуг появляется практическая возможность управления факторами развития рекреационного комплекса и туризма в Крыму и получения в перспективе желаемого результата туристической деятельности на региональном уровне.

Следует отметить, что в Украине по объемам реализованных данных услуг лидирует Крым, на долю которого приходится треть объема. По данным Министерства курортов и туризма Крыма объем реализованных туристических услуг в 2003 г. составил 537,7 млн. грн., в 2004 г. этот объем увеличился на 100 млн. грн.

Поскольку туристические и санаторно-курортные услуги занимают удельный вес рынка услуг автономии, используя данные Госкомстата АР Крым за период 1995-2004 гг., мы решили провести прогноз на 2005 и 2006 гг. с помощью метода гармонических весов.

В основе метода лежит взвешивание скользящего показателя, но вместо скользящей средней используется идея скользящего тренда. Экстраполяция проводится по скользящему тренду, отдельные точки ломаной линии взвешиваются с помощью гармонических весов, что позволяет более поздним наблюдениям придавать больший вес.

В прогнозировании существует эмпирическое правило, а именно срок упреждения не должен превышать третьей части длины базы прогноза. Чем меньше срок упреждения и чем длиннее база прогноза – прошлый период, однородный по закономерностям развития, на основании информации которого построена прогностическая модель, - тем меньше будут ошибки и прогностическая модель будет иметь достаточную точность. Именно поэтому прогноз в данном случае составляется на два года.

Для этого необходимо разбить исходный ряд динамики (n) на фазы (k). Число фаз обычно меньше членов ряда n ($k < n$).

Пусть $k=8$. Для каждой фазы рассчитывается тренд [6, с. 133]:

$$y_{i(t)} = a_i t^2 + b_i t + c_i \\ i=1, 2, \dots, n-k+1$$

Получим $n-k+1=10-8+1=3$ уравнений скользящих трендов:

$$y_{i(1)} = 3,1553t^2 + 5,0684t + 119,36;$$

$$y_{i(2)} = 10,085t^2 - 43,686t + 216,18;$$

$$y_{i(3)} = 10,736t^2 - 30,138t + 196,71$$

С помощью полученных $(n-k+1)$ уравнений определяются значения скользящего тренда. Затем

находим $\bar{y}_{i(t)} = \frac{1}{n_j} \sum_{j=1}^{n_j} y_{i(t)}$, $\bar{y}_{j(t)} = \bar{1}, n_j$, а именно:

$$\bar{y}_{i(1)} = 127,58; \bar{y}_{i(2)} = 155,63; \bar{y}_{i(3)} = 180,59; \bar{y}_{i(4)} = 213,62; \bar{y}_{i(5)} = 262,63;$$

$$\bar{y}_{i(6)} = 327,62; \bar{y}_{i(7)} = 408,60; \bar{y}_{i(8)} = 505,56; \bar{y}_{i(9)} = 717,49; \bar{y}_{i(10)} = 968,93$$

Потом проверяют гипотезу о том, что отклонение от скользящего тренда представляет собой стационарный процесс и рассчитываются приросты: $\omega_{t+1} = \bar{y}_{t+1} - \bar{y}_t$. Средняя приростов: $\bar{\omega} = \sum_{t=1}^{n-1} C_{t+1}^n \cdot \omega_{t+1}$,

где $C_{t+1}^n > 0, t = 1, n-1, \sum_{t=1}^{n-1} C_{t+1}^n = 1$ [6, с. 133]. Такой подход позволяет поздней информации придать большие

веса, так как прирост обратно пропорционален времени, которое отделяет раннюю информацию от поздней для момента $n=t$. В общем виде ряд гармонических весов определяется: $m_{t+1} = m_t + \frac{1}{n-t}, t = \overline{2, n-1}$.

Гармонические коэффициенты: $C_{t+1}^n = \frac{m_{t+1}}{n-1}$.

Далее прогнозирование производится путем прибавления к последнему значению ряда динамики среднего прироста, то есть: $\bar{y}_t = \bar{y}^* + \bar{\omega}$ (\bar{y}_{11} - 2005г. - 1125,06 млн. грн., \bar{y}_{12} - 2006 г. - 1281,18 млн. грн.).

Доверительный интервал прогноза строится, используя неравенство Чебышева для случайной величины $\bar{\omega}_{t+1}$: $\rho\{|\omega_{t+1} - E_{(\omega)}| > a\sigma_{\omega}\} < \frac{1}{a^2}$, где a – заданное целое положительное число ($\rho_{\omega 1} = 44,24$ млн. грн., $\rho_{\omega 2} = 56,86$ млн. грн.).

Тогда имеем прогнозные данные на 2005 г. и 2006 г. с учетом доверительного интервала:

$$y_{t+1}^* - a(l)\rho_{\omega} \qquad y_{t+1}^* + a(l)\rho_{\omega}$$

$$1) \quad 2005 \text{ г.} - 1080,82 \text{ (млн. грн.)} \qquad 2005 \text{ г.} - 1169,29 \text{ (млн. грн.)}$$

$$2) \quad 2006 \text{ г.} - 1224,33 \text{ (млн. грн.)} \qquad 2006 \text{ г.} - 1338,04 \text{ (млн. грн.)}$$

Таким образом, мы определили возможные значения объема реализованных санаторно-курортных и оздоровительных услуг в будущем.

На этой основе намечается общая отраслевая и региональная вместимость рекреационно-туристических учреждений и необходимый объем инвестиций, в том числе непосредственно для строительства. Обосновываются пути повышения экономической эффективности рекреационного комплекса на основе рационального использования природно-экономических ресурсов, комплексного развития туризма, сглаживания коэффициента сезонности, удешевления строительства и т.д. [4, с. 48].

На данном этапе происходит обоснование развития данного комплекса в перспективном периоде. Здесь определяются предложения, направленные на обеспечение максимально возможного, в условиях

ограниченных ресурсов, уровня удовлетворения потребностей людей с вариантным решением сроков реализации программы, изменения отраслевой и региональной структуры рекреационного комплекса и туризма. При всем этом необходимо учитывать, что в перспективе должна быть достигнута сбалансированность спроса и потребления услуг в масштабе всего региона [4, с. 48].

Целью нашей работы было показать, как необходимо в настоящее время стратегическое планирование для успешного развития рынка услуг, так как главная задача планирования состоит в том, чтобы «направить» регион на использование привлекательных экономических возможностей, то есть возможностей, адаптированных к его ресурсам (природным, экономическим, политическим и т.д.), обеспечивающих потенциал для развития. Мы рассмотрели только одну, но достаточно весомую для такого региона как АР Крым составляющую рынка услуг – рекреационный комплекс. Естественно для анализа развития рынка услуг в целом, необходимо также детально рассмотреть каждую составляющую сферы услуг, а это, прежде всего, оздоровительные комплексы различных направлений лечения; образовательные учреждения различных уровней аккредитации; прачечные и химчистки; предприятия по автотранспортному обслуживанию населения; туристические бюро перевозки пассажиров; косметические, физкультурные, музыкальные, художественные и другие направления деятельности; большая часть коммерческого сектора экономики; авиалинии по перевозке пассажиров в целях отдыха и экскурсий; страховые компании; киностудии и другие культурные организации, включая и сферу образования [3, с. 6].

Таким образом, эффективное развитие рынка услуг невозможно без обоснованного стратегического планирования, без прогнозирования перспектив его развития. Поскольку при прогнозировании раскрывается картина будущего, появляется практическая возможность управления факторами развития рынка и получения в перспективе желаемого результата от реализации услуг.

Литература

1. Указ Президента України. Про Основні напрями розвитку туризму в Україні до 2010 року: Указ від 10 серпня 1999 р. № 973/99 // Урядовий кур'єр. 29 вересня 1999. УК №182.- С. 4 - 6.
2. Вачевский М.В., Скотний В.Г. Маркетинг в сферах послуг. Навчальний посібник. – Київ: «Центр навчальної літератури», 2004. – 232 с.
3. Гидбут А.В., Мезенцев А.Г. Курортно-рекреационное хозяйство (региональный аспект). – М.: Наука, 1991.
4. Дурович А.П. Маркетинг в туризме: Учеб. Пособие / А.П. Дурович 3-е изд. Стереотип – Мн.: Новое издание, 2003. - 496 с.
5. Математическое моделирование финансовых операций: Учеб. Пособие / Под ред. В.А. Половникова и А.И. Пилипенко. — М.: Вузовский учебник, 2004. — 360 с.
6. Павловський Н.Л., Рудницький С.І. Вплив менеджменту на організацію туристично-рекреаційного бізнесу // Регіональні перспективи.- 2000. - №2-3 (9-10) – С. 326.

УДК 336.228:330.3 (477.75)

Наливайченко Е.В.

ЗАДАЧИ И ПУТИ ДОСТИЖЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ ДЛЯ ГОСУДАРСТВ СНГ

Многие политики и ученые, такие как Цыганкова Т.М., Волченко А., Скаршевский В., Долгов С.И., оценивая в настоящее время деятельность СНГ, сходятся на том, что Содружество как межгосударственный организм не обладает реальными властными функциями и полномочиями, не располагает добротной институциональной инфраструктурой и эффективно действующей договорно-правовой системой [1 – 3]. Анализ исследований и публикаций по данной проблематике показал, что в настоящее время, когда процесс государственной суверенизации стран СНГ стабилизировался, и настала пора здравого экономического прагматизма, когда национальные элиты государств не могут не задуматься о необходимости разработки долгосрочной стратегии экономического сотрудничества в рамках Содружества. Она должна строиться на основе баланса национально-государственных интересов и общих интересов Содружества.

Однако в рамках данной проблемы все еще остаются нерешенными задачи определения приоритетных путей достижения экономического роста на современном этапе для государств СНГ.

По нашему мнению, слабым звеном в Содружестве является экономическое взаимодействие, которое, в случае более успешного развития могло бы оказать позитивное влияние на различные стороны

жизни СНГ. Экономическое взаимодействие не как самоцель, а как инструмент совместного решения конкретных проблем государств-участников СНГ.

Очевидно, что нынешняя структурная деформация сферы производства и экспорта в странах-участницах СНГ не отвечает ни их национальным интересам и объективным потребностям интеграции, ни стремлению занять достойное место в мировой хозяйственной системе. Наиболее возможный выход из создавшегося положения видится в достижении твердой договоренности между государствами СНГ о налаживании наукоемких экспортных производств на кооперационной основе и разделении труда, а также о продвижении их к высшим формам многостороннего взаимодействия. Это способствовало бы росту национальных экономик и повышению благосостояния граждан, диверсификации внешней торговли и вхождению в мировое экономическое пространство на полноправной основе.

Совершенно очевидно, что в инновационных экономических процессах активное участие должно принять предпринимательское сообщество, которому присущ постоянный поиск высоко rentабельных сфер приложения интеллекта и капитала, приносящих максимальную прибыль и способных удовлетворить его честолюбие. Очевидно также, что в нынешних условиях развития стран Содружества и складывающейся вокруг них новой международной обстановке совершенствование механизма взаимодействия в рамках СНГ, прежде всего экономического, с использованием прежних подходов к сотрудничеству представляется малопродуктивным.

Следовательно, первоочередной задачей на современном этапе для государств Содружества является замена фундамента сотрудничества, переход к иным, более эффективным формам интеграции. На наш взгляд, лидирующую роль в переустройстве СНГ могла бы сыграть Украина, которая всецело заинтересована в укреплении своих позиций на обширном евразийском пространстве и создании на нем, во взаимодействии с другими партнерами по Содружеству, прежде всего Россией, Белоруссией, Казахстаном, полноценной зоны свободной торговли.

Хорошо известна взаимозависимость торговли и высокотехнологичной производственной сферы, их способность подпитывать друг друга. Несколько десятилетий назад стало очевидным, что найти рациональное использование этой зависимости, приблизить указанные компоненты экономики к максимальной взаимодополняемости гораздо удобнее и эффективнее в рамках интеграционных сообществ, особенно на региональном уровне [1, 2].

Решение задач расширения и углубления взаимного торгово-экономического государств Содружества в стратегической перспективе означает переход к режиму свободной торговли. Эффективное функционирование режима свободной торговли на территории СНГ можно рассматривать как переходный этап к более высоким формам сотрудничества государств-участников, позволяющим создать развитую рыночную инфраструктуру, обеспечить выравнивание условий хозяйствования для субъектов внешнеэкономической деятельности.

В условиях глобализации мировой экономики странам Содружества требуется не только ускоренное развитие производственной кооперации, но и поиск новых организационно-экономических форм взаимовыгодного межгосударственного сотрудничества, которые, с одной стороны, помогали бы странам преодолевать вызовы и издержки глобализации, а с другой, – способствовали эффективному использованию ее позитивных сторон.

Международный опыт показывает, что одним из важных факторов повышения эффективности экономического сотрудничества государств и укрепления интеграционных процессов может стать создание на взаимовыгодной основе широкой сети транснациональных корпораций (ТНК), финансово-промышленных групп (ФПГ) и другого рода объединений. Они призваны содействовать реализации промышленных и технологических приоритетов участвующих в них государств, росту взаимной торговли, формированию общих товарных и финансовых рынков, решению сложных социальных проблем. В таких корпоративных сообществах, как правило, сосредоточены большие материальные и финансовые ресурсы, передовые технологии; они способны определять перспективные структурные сдвиги в экономике и динамику занятости населения [4].

В СНГ создан гибкий механизм организации межгосударственных и межправительственных связей, позволяющий учитывать разную степень готовности стран к интеграции, предоставляющий возможность каждой из них участвовать в интеграционных процессах в той мере и на тех направлениях, которые отвечают ее интересам. В Содружество входят государства, заметно отличающиеся друг от друга по потенциалу и структуре национальных экономик. К тому же интеграция осуществляется в условиях не преодоленного пока экономического кризиса. На результативность многостороннего сотрудничества отрицательно влияет разная направленность интересов стран-участниц СНГ. Не были использованы в свое время благоприятные возможности и перспективы в рамках СНГ, основанные на уже достигнутых договоренностях.

Для превращения СНГ в авторитетную, действенную региональную организацию, по нашему мнению, следует пересмотреть всю систему управления интеграционными процессами, внести необходимые изменения в основополагающие документы, которые повысили бы роль каждого участника СНГ в разработке, принятии и, главное, исполнении согласованных правовых актов, а также более четко определить стратегию и перспективы развития Содружества.

В качестве важнейшей стратегической задачи необходимо определить формирование полноценной зоны свободной торговли на территории СНГ, а также привести в соответствие с новыми реалиями структуру и принципы деятельности органов Содружества, определить механизмы мониторинга и реализации принципиальных договоренностей.

На данном этапе государствам-участникам для реализации поставленных целей необходимо обеспечить взаимодействие в решении конкретных задач по созданию зоны свободной торговли:

1) отмены таможенных пошлин, а также налогов и сборов, имеющих с ними эквивалентное действие, и количественных ограничений;

2) устранения других препятствий для свободного движения товаров и услуг;

3) создания и развития эффективной системы взаимных расчетов и платежей по торговым и другим операциям;

4) проведения согласованной торгово-экономической политики в области промышленности, сельского хозяйства, транспорта, финансов, инвестиций, социальной сферы, а также развития добросовестной конкуренции;

5) содействия межотраслевой и внутриотраслевой кооперации и научно-техническому сотрудничеству;

6) гармонизации и (или) унификации законодательства стран-участниц в той мере, в какой это необходимо для эффективного функционирования зоны свободной торговли.

Из-за недостатка необходимых средств, неподготовленности национальных экономических, административных и правовых систем странам с переходной экономикой непросто приспособиться к объективным процессам глобализации. Для этого необходимо время. Но уже сейчас действенное сотрудничество государств СНГ может облегчить хозяйственное взаимодействие, стимулировать экономический рост, обмен передовыми достижениями, которые имеют эти страны в экономической, научно-технической, интеллектуальной сферах. Зона свободной торговли, на наш взгляд, является главным фактором дальнейшего развития в пределах СНГ эффективного и взаимовыгодного экономического сотрудничества. Кроме того, это – интеграционная направляющая система, совместное движение государств-участников в европейские и мировые экономические структуры.

Для полноценного функционирования зоны свободной торговли необходимо, прежде всего, обеспечить полную ратификацию и применение базовых документов о создании ЗСТ от 1994 и 1999 гг., а также упорядочить нормативно-правовую базу свободной торговли, состоящую из многосторонних и двусторонних документов, которые применяются произвольно. Вышеуказанными законодательными актами вместо действующего в СНГ двустороннего режима свободной торговли вводится многосторонний, при котором во время осуществления внешнеторговых операций на таможенных территориях стран, вошедших в зону свободной торговли, будут действовать унифицированные правила, что создаст благоприятные условия для свободного движения товаров и услуг, роста взаимной торговли, развития взаимовыгодных кооперационных связей.

Переход к полноценно функционирующей зоне свободной торговли является приоритетным путем достижения экономического роста на современном этапе для государств Содружества, так как в перспективе позволит выработать организационные мероприятия по продвижению конкурентоспособной продукции, разработать меры по снижению транспортных затрат, согласованию стратегии сотрудничества в валютной сфере, осуществить совместные программы технического перевооружения отраслей экономики государств СНГ.

Литература

1. Глобальна торгова система: розвиток інститутів, правил, інструментів СОТ: Монографія / Кер. авт. кол. і наук. ред. Т. М. Циганкова. – К.: КНЕУ, 2003. – 660 с.
2. Волченко А., Скаршевский В. Фальстарт мозговой атаки // Эксперт.- 2005.- №2 (7). – С. 10-17.
3. Долгов С.И. Глобализация экономики. Новое слово или новое явление. – М.: Экономика, 1998. – 378 с.
4. Балувев Д.Г. Информационная революция и современные международные отношения: Учебное пособие. – Нижний Новгород: ННГУ, 2000. – 107 с.
5. Комаров В. Прямые иностранные инвестиции и транснациональные корпорации // Мировая экономика и международные отношения.- 1999.- № 3. – С. 17-21.
6. Никитина М.Г. Структурные особенности мирового хозяйства.– Симферополь: СГУ, 1998. – 84 с.

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНИХ ВИРОБНИКІВ

Сучасні процеси глобалізації і лібералізації ринків показують, що визначальним елементом економічного і соціального розвитку держави стає її конкурентоспроможність. Її можна охарактеризувати як здатність держави, з одного боку, в умовах вільних ринкових відносин і сумлінної конкуренції виробляти і реалізовувати товари і послуги, що задовольняють вимогам міжнародних ринків, і, з іншого боку, – підтримувати і підвищувати добробут своїх громадян.

Процес визнання економічної зможності України як рівноправного конкурентоспроможного елементу системи світової економіки відбувається досить складно. Причин для цього достатньо: відсутність розвиненої ринкової інфраструктури; недостатній ресурсний потенціал; відсутність конкурентоспроможної високотехнологічної продукції і низка подібних об'єктивних і суб'єктивних причин.

Провідну роль у цьому процесі має становлення і розвиток конкурентоспроможної національної економіки, що є неможливим без формування виробничо-збутової стратегії кожного виробника з метою підвищення конкурентоспроможності виробленого ним товару для закріплення його позицій на ринку та одержання максимального прибутку.

Значний внесок в розробку загально методологічних і теоретичних проблем конкурентоспроможності належить М. Портеру, який вважав, що конкурентоспроможність визначається продуктивністю використання ресурсів і впливом середовища [1, с. 27]; І. Ансоффу, який запропонував як основу вивчення конкурентного положення фірми використовувати показники ефективності використання фінансів, зокрема, рентабельність стратегічних активів [2, с. 151]; Й. Шумпетеру: найбільш конкурентоспроможними є ті підприємства, де найкраще організовано роботу всіх підрозділів і служб; на рівні аналізу товару – Л. Родіонової, О. Кантор [3, с. 64] та ін.

Метою статті є визначення чинників, які необхідно враховувати при визначенні рівня конкурентоспроможності національних виробників.

Конкурентоспроможність продукції і конкурентоспроможність підприємства-виробника продукції співвідносяться між собою як частина і ціле. Можливість компанії конкурувати на певному товарному ринку безпосередньо залежить від конкурентоспроможності товару і сукупності економічних методів діяльності підприємства, що здійснюють вплив на результати конкурентної боротьби.

Оскільки конкуренція підприємств на ринку приймає вид конкуренції самої продукції, зростає значення властивостей, якими наділено продукцію підприємства, що виготовило і продає її на світовому ринку.

У літературі визначається, що конкурентоспроможність товару – це такий рівень його економічних, технічних, експлуатаційних параметрів, що дозволяє витримати суперництво (конкуренцію) з іншими аналогічними товарами на ринку. Крім того, конкурентоспроможність - порівняльна характеристика товару, що містить комплексну оцінку всієї сукупності виробничих, комерційних, організаційних і економічних показників щодо виявлених вимог ринку або властивостей іншого товару. Вона визначається сукупністю споживчих властивостей даного товару-конкурента за ступенем відповідності суспільним потребам з урахуванням витрат на їхнє задоволення, умов постачання й експлуатації в процесі виробничого і (або) особистого споживання [4, с. 27, 155].

Для оцінки рівня конкурентоспроможності товару кожного виробника необхідно визначити цілі дослідження. Важливим при оцінці конкурентоспроможності в ринкових умовах господарювання для кожного виробника є не просто необхідність визначення положення товару в ряді аналогічних, а оцінка перспектив збуту товару на конкретному ринку. Тому при аналізі повинна використовуватися інформація, що включає відомості про товар, що вийде на ринок у перспективі, а також дані про зміну діючих у країні стандартів і законодавства, динаміки споживчого попиту.

Це обумовлює необхідність визначення всіх складових показників конкурентоспроможності товару. Так, технічні показники товару визначаються оцінкою відповідності його технічного рівня, якості і надійності сучасним вимогам, що висувуються споживачами на ринку. Ці вимоги найбільш повно відбивають їхні суспільні й індивідуальні потреби при досягнутому (прогнозованому) рівні соціально-економічного розвитку і науково-технічного прогресу як у нас у країні, так і за рубежом.

Основні вимоги споживачів до технічних показників знаходять висвітлення в національних і міжнародних стандартах. Під стандартизацією необхідно розуміти розробку і встановлення технічних показників (норм) для прийнятої до випуску продукції, способів її маркірування, упакування, транспортування і збереження. Документ, яким визначається (нормується), продукт, який

стандартизується, називається стандартом. Він є не тільки технічним, але і державним документом. Стандарти містять у собі повну характеристику товару і містять технічні умови на його виготовлення, правила приймання, сортування, упакування, маркірування, транспортування і збереження. При оцінці якості товару, насамперед, визначається його відповідність стандартам. Відповідність стандартам – регламентований споживчий параметр, порушення якого зводить конкурентоспроможність товару до нуля [5, с. 111].

У кожній країні існує своя система стандартизації товарів, що відповідає ступіні розвитку національної економіки, науки, техніки і технології. Разом з тим у міру поглиблення інтеграції національної економіки у світову економіку і розширення зовнішньоекономічного співробітництва товаровиробників усе більшого значення набуває розвиток міжнародної стандартизації товарів і досягнення відповідності національних стандартів міжнародним вимогам якості товарів. Міжнародні стандарти усувають обмеженість, різноманітність, суперечливість національних форм і правил різних країн. У цих цілях функціонує спеціально створена Міжнародна Організація Стандартизації, а також Міжнародний координаційний центр по стандартизації – постійно діюча Нарада урядових посадових осіб при Європейській Економічній Комісії ООН, що розробляє рекомендації урядам країн-членів щодо стандартизації товарів, найбільш важливих для міжнародної торгівлі [6, с. 214].

Ступенем досягнення встановленого технічного рівня при виробництві кожної одиниці товарної продукції є якість, яка визначається або органолептичним методом (за допомогою органів почуттів), або лабораторними дослідженнями з використанням технічних засобів.

Таким чином, під технічною конкурентоспроможністю товарів варто розуміти гнучкий і динамічний показник, який перманентно змінюється відповідно до темпів науково-технічного прогресу.

Наступним важливим критерієм оцінки конкурентоспроможності товару є комерційні умови конкурентоспроможності, до яких варто віднести: цінові показники; показники, що характеризують умови постачань і платежів за товари, що постачаються; показники, що характеризують особливості діючої на ринку виробників і споживачів податкової і митної системи; показники, що відбивають ступінь відповідальності продавців за виконання зобов'язань і гарантій.

Рівень ціни безпосереднім чином визначає цінову конкурентоспроможність товару, тобто чим нижче рівень, тим за інших рівних умов вище конкурентоспроможність виробленої продукції на ринку і, виходить, переважніше позиції її виготовлювача в суперництві з іншими виробниками аналогічної продукції. І навпаки, більш високий рівень ціни знижує цінову конкурентоспроможність товарів, зводячи її іноді до нуля. З урахуванням даних умов і формується цінова політика в боротьбі за підвищення конкурентоспроможності вироблених товарів.

Така ж картина спостерігається і з виконанням умов постачань і платежів. Чим більш гнучкими є ці умови, тим більше вони відповідають інтересам покупців, тим переважніше товар у конкретному суперництві з іншими товарами на ринку. У першу чергу, це стосується термінів і форм постачань товарів і пропонованої продавцем розмаїтості форм розрахунків і платежів за здійснення постачання.

Прямо впливають на конкурентоспроможність прийняті на себе виготовлювачем товару гарантії і відповідальність за виконання зобов'язань з постачання у встановлений термін товарів високої якості і надійності. Тому при визначенні реального виконання комерційних показників по конкурентоспроможності необхідно враховувати організаційні умови придбання товарів виробниками: забезпечення максимально можливого наближення продавців товару до показників, що впливають на зниження витрат обігу і на рівень його ціни; доставка товару до місця споживання не тільки великим оптом-транзитом, але і дрібними партіями через складські підприємства; розширення післяпродажного сервісу, який надається споживачам з гарантійним і післягарантійним обслуговуванням.

Для оцінки технічних і економічних показників продукції найчастіше використовуються інтегральний метод оцінки конкурентоспроможності і метод оцінки конкурентної позиції окремих продуктів на різних ринках.

Інтегральний показник конкурентоспроможності продукту розраховується за наступним алгоритмом:

1. Визначаються окремі показники (атрибути) конкурентоспроможності шляхом їхнього порівняння з базовими, еталонними показниками або показниками для продуктів-конкурентів.
2. Розраховується інтегральний показник конкурентоспроможності (зведений індекс конкурентоспроможності K).

За значенням коефіцієнта K визначається рівень конкурентоспроможності товару: чим ближче наближається K до одиниці, тим ближче по наборі оцінних параметрів даний продукт відповідає еталонному зразкові. Можна сформулювати якийсь гіпотетичний ідеальний продукт, наділивши його кращими параметрами продуктів даної групи. Тоді K характеризує ступінь відхилення оцінюваного

продукту від цього ідеалу.

При оцінці конкурентоспроможності конкретного продукту його по приведеній формулі можна порівняти з подібними продуктами-конкурентами (зразками-конкурентами), для яких також було проведено подібне порівняння з еталонним зразком, і зробити висновок про їхню порівняльну конкурентоспроможність. Коли подібне порівняння проводиться тільки з якимсь продуктом-конкурентом, то $K < 1$ означає, що аналізований продукт уступає зразкові по конкурентоспроможності; якщо $K > 1$, то перевершує. При рівній конкурентоспроможності $K = 1$.

При виборі зразка-конкурента необхідно, щоб він і оцінюваний продукт були аналогічними по призначенню й умовам використання і призначалися для однієї групи споживачів.

Метод оцінки конкурентної позиції окремих продуктів на різних ринках базується на показниках якості і ціни. Таку оцінку рекомендується здійснювати в наступній послідовності:

1. Оцінюються продукти даної фірми і її головних конкурентів на досліджуваному ринку по двох критеріях: інтегральному показникові якості, який у даному випадку характеризує рівень споживчих властивостей товару, його здатність вирішувати проблеми споживачів, і ціні. У випадку, коли число показників якості обмежене, можливе використання окремих показників ціни.

2. Усі досліджувані продукти наносяться на поле матриці «якість-ціна», використовуючи в разі потреби як третю координату (радіус окружності) обсяг реалізації.

3. Для всієї сукупності аналізованих продуктів визначається середнє значення показника якості і ціни і проводяться лінії, що характеризують ці середні значення.

4. Подібна оцінка здійснюється для всіх найважливіших ринків.

5. По ступені концентрації продуктів фірм-конкурентів у різних квадрантах матриці визначається гострота конкурентної боротьби на окремих ринках і на сукупному ринку.

6. Виходячи з принципу переваги діяльності на ринках, де гострота конкурентної боротьби найменша (якщо хтось дотримується іншої думки, то його вибір буде іншим), коригується виробничо-збутова політика з погляду якості, ціни продукції, що випускається, і ринку збуту. Наприклад, здійснюється перехід на випуск більш простої, але і більш дешевої продукції.

Основними недоліками даних методів є відсутність прогнозної інформації щодо того, якою мірою та або інша фірма-конкурент в змозі поліпшити свою діяльність і вплив інтервенціоністської політики.

Тому при оцінці рівня конкурентоспроможності товару необхідно враховувати вплив взаємного ринкового змагання підприємств і конкуренцію країн, у яких вони розташовані. Інтервенціоністська політика сама по собі може завдати великої шкоди підприємству й у той же час конкурентоспроможність нашої країни не може бути справою тільки лише політики, свій внесок у неї мають зробити і самі підприємства. В основі цих головних аспектів конкурентоспроможності лежить щось, що можна назвати "м'якими" складовими конкурентної боротьби, що не можуть бути оцінені в грошовому вираженні і узагалі важко піддаються кількісному визначенню [7, с. 115].

У промислово розвитих країнах ці складові грають, як правило, більшу роль, ніж у країнах, що розвиваються. У той же час "м'які" складові не піддаються політичному маніпулюванню, а їхня зміна вимагає більше часу, ніж, наприклад, такі важкі заходи, як підвищення продуктивності праці або розбудова інфраструктури. Незважаючи на відсутність розроблених методик вивчення, ігнорувати цю групу факторів конкурентної боротьби не можна. До цих факторів пропонується віднести наступні групи.

Трудова етика. Конкурентоспроможність багато в чому залежить від бажання й уміння трудитися. У багатьох розвитих країнах бракує почуття того, що робота являє собою щось самоцінне. Якщо мова йде про зіставлення конкурентоспроможності, то тільки високого рівня продуктивності праці недостатньо.

Гнучкість і готовність до самовдосконалення. Безумовно, прихильність традиціям, вивіреному варіантам рішень і т.п. мають свої переваги. Однак у боротьбі з конкурентами, що володіють зовсім іншою ментальністю, і готові швидко відреагувати на будь-яке бажання клієнта і нові тенденції, ці переваги сходять нанівець.

Готовність працювати в сфері обслуговування. Небажання цього може виявитися фатальним для розвитку суспільства, особливо у випадку, якщо це – одна з найважливіших галузей економіки. Суспільство повинне зрозуміти, що робота в сфері обслуговування не означає приниження людського достоїнства. Це звичайна робота, необхідна для конкурентоспроможності економіки, у якій клієнт хоче і повинний бути головною діючою особою.

Рівень претензій. Населення розвитих країн звикло розглядати свій високий життєвий рівень як таке, що саме собою розуміється. Така позиція позбавляє суспільство всякої гнучкості, знижує, у кінцевому рахунку, конкурентоспроможність економіки. Це робить некерованими державний бюджет, систему соціальних гарантій, рівень витрат на робочу силу.

Відкритість зовнішньому світові. Перешкоди доступу іноземних товарів на внутрішній ринок,

можливості іноземним громадянам одержати контрольний пакет акцій у підприємстві, схильність до переоцінки власних можливостей і переваг, небажання вивчати світовий досвід і т.п. негативно впливають на економіку.

Мобільність робочої сили. Високий рівень життя, розвинена система соціальних гарантій викликають небажання робочої сили учитися, працювати за кордоном, досягти досвід інших країн. Відставанню країни в цьому відношенні сприяє закритість внутрішніх ринків робочої сили від зовнішнього впливу і втручання.

Дух конкуренції. Конкуренентоспроможність формується там, де є присутнім дух змагання. Менталітет, наприклад, швейцарців цілком позбавлений такої якості. Вони віддають перевагу картельним угодам, а не суперечкам і зіткненням. Корпоративність з'явилася основою так званих суспільних договорів, завдяки яким значною мірою були досягнуті успіхи в минулому. Однак у даний час і на перспективу складається інша обстановка.

Таким чином, аналіз приведеної класифікації параметрів показав, що технічні параметри є найбільш жорсткими. За ними можна судити про призначення товару, його приналежності до певного виду (класу) продукції. Це також характеристики, що відбивають техніко-конструкторські рішення. Сюди відносяться стандарти, норми, правила, законодавчі акти, що визначають границі зміни технічних параметрів. Це також й ергономічні показники, що відбивають, наскільки товар відповідає властивостям людського організму (зручність роботи, швидкість стомлення, ступінь взаємодії людини з машиною).

Економічні параметри представлені величиною витрат на виробництво товару: його ціною, витратами на транспортування, установку, ремонт, експлуатацію і технічне обслуговування, навчання персоналу. Разом усі ці витрати утворюють ціну споживання. Ціна споживання, як правило, вище ціни продажу. Покупець здійснює витрати не тільки на придбання товару, але і на його споживання. Найбільш конкурентоспроможним не є той товар, за який просять мінімальну ціну на ринку, а той, у якого ціна споживання за весь термін його служби в покупця мінімальна. Разом з тим, урахування соціальної структури споживачів, національних особливостей в організації виробництва, збуту, реклами товару повинне здійснюватися за допомогою соціально-організаційних параметрів. Визначення методики оцінки даної групи показників є найбільш актуальною в умовах становлення ринкових відносин в Україні.

Проведений аналіз дозволяє зробити висновок, що конкурентоспроможність – це, насамперед, лише порівняльна, а виходить, відносна оцінка властивостей товару, а комплекс конкурентоспроможності товару повинний складатися з трьох груп елементів: технічних, економічних і соціально-організаційних.

Література

1. Портер М. Конкуренция. – М.: Издательский дом „Вильямс”, 2000. – 495 с.
2. Ансофф И. Стратегическое управление. – М.: Экономика, 1991. – 519 с.
3. Родионова Л.Н., Кантор О.Г., Хакимова Ю.Р. Оценка конкурентоспособности продукции // Маркетинг в России и за рубежом. – 2000. - №1. – С. 63-77.
4. Герчикова И.Н. Менеджмент. М.: “ЮНИТИ”, 1995. – 371 с.
5. Краюхин Г.А. Методика анализа деятельности предприятий в условиях рыночной экономики. СПб.: 1995 – 346 с.
6. Портер М. Международная конкуренция. Пер. с англ. / Ред. В.И. Щетинина. М.: Межд. отн., 1993. – 775 с.
7. Виханский О.С., Наумов А.Н. Менеджмент. М.: “Высшая школа”, 1994. – 234 с.

УДК 338.363+658/477.62

Рекова Н.Ю.

МОДЕЛИ ПЛАНИРОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВОМ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Промышленным предприятиям, даже в рамках одной отрасли, необходимы различные системы и модели планирования управления производственным процессом в зависимости от индивидуальности и специфики каждого из них.

Необходимость планирования обусловлена в частности тем, что основная масса задержек в процессе производства связана с запаздыванием поступления отдельных комплектующих, в результате чего наряду с уменьшением эффективности производства на складах возникает избыток материалов, поступивших в разные сроки. Кроме того, вследствие нарушения баланса поставок комплектующих, возникают дополнительные осложнения с учетом и отслеживанием их состояния в процессе производства.

С целью предотвращения подобных проблем и увеличения эффективности планирования в конце 70-х гг. Оливер Уайт и Джордж Плосл предложили идею воспроизведения замкнутого цикла (closed loop) в MRP-системах – планирование потребности в материалах [1, с. 12]. Главной задачей MRP является гарантирование наличия необходимого количества требуемых материалов-комплектующих в любой момент времени в рамках срока планирования наряду с возможным уменьшением постоянных запасов, а следовательно разгрузкой склада.

Первоначально MRP-системы фактически формировали на основе утвержденной производственной программы по плану заказов на определенный период, что не удовлетворяло возрастающим потребностям. В дальнейшем усовершенствование системы привело к трансформации MRP с замкнутым циклом в расширенную модификацию, которую впоследствии назвали MRP II (Manufactory Resource Planning), ввиду идентичности аббревиатур. Подход к планированию производственного процесса на базе методики MRP II предусматривает двухэтапное планирование. Первым этапом является объемно-календарное планирование на основе прогноза спроса по группам продукции или иным укрупненным плановым единицам готовой продукции. Вторым этапом является планирование потребностей в материалах, где из плана выпуска продукции, согласно производственной программе, формируется осуществимый детальный план материальных требований.

Но наличие необходимого объема материалов ничего не значит без наличия достаточного свободного объема рабочего времени. CRP (или планирование потребностей в мощностях) - это планирование среднего уровня, которое использует данные запланированных MRP заказов и заказов на производство для определения необходимого объема рабочего времени (как по трудовым, так и по техническим ресурсам).

Планирование ресурсов и общее планирование мощностей относятся к высшему уровню. CRP является более детализированным планированием. Загрузка рабочих мест рассчитывается на основе технологического маршрута изготовления продукта, который определяет, каким именно образом производится данный вид продукта. Технологический маршрут похож на инструкцию к применению - набор шагов (или техопераций), которые необходимо совершить для изготовления чего-то. Каждая техоперация совершается на определенном рабочем месте, которое могут обслуживать один или несколько человек и/или единиц оборудования.

Однако данная система позволяет планировать загрузку рабочих мест, а не помогает предопределить объемы и номенклатуру выпускаемой продукции с целью достижения максимума прибыли. Она также, на начальном этапе, не учитывает финансовые потребности предприятия и некоторые другие его ресурсы. Поэтому системы планирования производства постоянно находятся в процессе эволюции.

В начале 90-х гг. аналитическая компания Gartner Group ввела новое понятие. Системы класса MRP II в интеграции с модулем финансового планирования FRP (finance requirements planning) получили название систем планирования ресурсов предприятий ERP (enterprise resource planning). В основе ERP-систем лежит принцип создания единого хранилища (репозитория) данных, содержащего всю корпоративную бизнес-информацию: финансовые, производственные данные; сведения по персоналу и др. Наличие такого корпоративного репозитория устраняет необходимость в передаче

данных от одной системы к другой (например, от производственной системы к финансовой и др.), а также обеспечивает одновременный доступ к информации любого числа сотрудников предприятия, обладающих соответствующими полномочиями. При этом ряд зарубежных аналитиков считают, что целью ERP-систем является не столько улучшение производственной деятельности предприятия, сколько уменьшение затрат и усилий на поддержку его внутренних информационных потоков.

Эта система была создана для эффективного планирования всех ресурсов производственного предприятия, в том числе финансовых и кадровых. Кроме того, система класса MRP II способна адаптироваться к изменениям внешней ситуации и моделировать ответ на вопрос "Что если". MRP II представляет собой интеграцию большого количества отдельных модулей, таких как планирование бизнес-процессов, планирование потребностей в материалах, планирование производственных мощностей, планирование финансов, управление инвестициями и т.д. Результаты работы каждого модуля анализируются всей системой в целом, что собственно и обеспечивает ее гибкость по отношению к внешним факторам. Именно это свойство является краеугольным камнем современных систем планирования, поскольку многие производители выпускают продукцию с заведомо коротким жизненным циклом, требующую регулярных доработок.

В таком случае появляется необходимость в разработке автоматизированной системы, которая позволяет оптимизировать объемы и характеристики выпускаемой продукции, анализируя текущий спрос и положение на рынке в целом с учетом эффективности использования производственного оборудования и финансовых потоков.

Основной бизнес-моделью большинства зарубежных корпораций к концу 90-х гг. стала концепция MRP / MRP II / ERP, которую они использовали для достижения производственной эффективности. Например, по сведениям Advanced Manufacturing Research, уже к 1994 г. более 48000 из 60000 американских промышленных предприятий эксплуатировали данные системы [5, с. 34]. ERP-системы стали настолько важны для деятельности зарубежных корпораций, что при каких-либо сбоях в их работе у пользователей возникали немалые проблемы. Например, по данным опроса 886 ИТ-менеджеров ряда ведущих мировых фирм (проведенного компанией MERIT Project), их предприятия понесли следующие убытки из-за вынужденных простоев установленных на них ERP-систем: от 359000 до 1,07 млн. долл. — 43,8%; от 2,5 млн. долл. до 5 млн. долл. — 35,3%; от 9,3 млн. долл. до 10,7 млн. долл. — 20,9%. Интересны и данные, полученные AMR Research после изучения 13 отраслей американской промышленности и 800 компаний. Целью исследования являлось выяснение вопроса, какую долю своего бюджета тратят предприятия на ERP-системы. Результаты исследования выглядят следующим образом: высокотехнологичные компании — 28%; фармацевтические компании — 20%, финансовые компании — 15% [2, с. 23]. В соответствии с данными опроса компанией Worldwide Benchmark Project ряда ведущих мировых компаний, при использовании MRPII/ERP-системы правильнее говорить скорее о снижении корпоративных расходов, нежели о получении реальной прибыли (82,5% респондентов при внедрении ERP-системы следят за снижением расходов и только 15% — за ростом прибыли) [5, с. 67].

Несмотря на неоспоримые достоинства ERP-систем, они имеют и ряд недостатков:

1. Риск неэффективного внедрения. Эта проблема является основной и свидетельствует о том, что любая новейшая технология будет полезна только в случае ее грамотного внедрения и использования. На многих украинских и российских предприятиях, потративших огромные средства на приобретение и внедрение ERP-систем, их запуск привел только к отрицательным результатам. Следует сказать, что, по данным зарубежных аналитиков, до 70% проектов внедрения ERP-систем завершаются неудачно.

2. Сложность эффективной интеграции ERP-систем с приложениями третьих фирм (в первую очередь, с приложениями электронного бизнеса). Если ранее созданные ERP-системы были предназначены для интеграции только внутренних бизнес-процессов предприятия (например, прохождения заказов или проведения платежей), то в настоящее время все большее число пользователей хотят объединить свою внутреннюю систему (так называемую систему «back-office») с внешней системой «front-end», через которую осуществляется взаимодействие с клиентами и партнерами.

3. Низкая производительность ERP-систем при интеграции их с приложениями электронного бизнеса, когда необходимо оперативно обрабатывать одновременные запросы многих тысяч пользователей о состоянии своих заказов.

4. Ограниченные аналитические возможности ERP-систем и недостаточная поддержка процессов принятия решений. ERP-системы хорошо справляются с получением и хранением данных, когда же дело доходит до анализа и обработки информации, то возможности ERP-систем оказываются весьма

ограниченными.

5. Слабые возможности по генерации отчетов (особенно сложных). В большинстве ERP-систем реализованы возможности получения только статичных (хотя и комплексных) отчетов. Существующие генераторы отчетов имеют весьма ограниченные возможности "погружения" вглубь данных по вертикали и совершенно не позволяют перемещаться между данными по горизонтали. В результате, даже обычные отчеты часто представляются в различных форматах и отображают информацию по одному и тому же запросу по-разному.

В то же время, при появлении новых интегрированных систем управления (MRP II, ERP) в нашей стране полноценное планирование производства внедрено и работает только в единичных случаях, так как в новых системах используются принципы «западного» планирования. В хозяйственной деятельности отечественных машиностроительных предприятий выделяется пять типов производств в зависимости от числа видов конечной продукции и объема выпуска в натуральных показателях: производство, направленное на выпуск сложных изделий на заказ, то есть это тип единичного позаказного производства; мелкосерийное, серийное; крупносерийное; массовое производство. Данная классификация условна, например, на предприятии единичного типа запасные части могут выпускаться серийно.

Каждому типу производства соответствуют свои методы управления. Для предприятий первого типа - это разного рода сетевые модели: методы "критического пути", временные модели, а также стандарты управления MRP II, которые фактически включают в себя эти методы сетевых расчетов. Для предприятий второго, третьего и четвертого типов - это только методы MRP II. Таким образом, для каждого типа производства на отечественных машиностроительных предприятиях должна быть адаптирована своя система управления.

На ряде крупных отечественных предприятий продолжают применяться разработанные более десяти лет назад методы планирования традиционных АСУП [3, с. 34]. Поскольку полностью и мгновенно отказаться от них вряд ли возможно, то требуется учитывать эти подходы при разработке новых систем в части подготовки исходных данных, использования принятых на производстве терминов, документооборота, обучения персонала.

Существует несколько взглядов на задачи планирования. Их делят на: долгосрочные (более 5 лет); перспективные и стратегические (3-5 лет); текущие (1-2 года); оперативные (квартал, месяц, неделя, сутки, смена); диспетчерские (сменное планирование и организация выполнения сменных планов).

Коголовский В.М. выделяет следующие виды планирования по степени детализации: объемное – определение производственной мощности предприятия, определение номенклатуры и трудоемкости, составление производственной программы и баланса ресурсов; объемно-календарное – согласование планов по объему выпуска и по времени, формирование производственной программы с привязкой к срокам запуска/выпуска; оперативное (производственное) – составление детального графика производства и выпуска продукции с учетом имеющихся ресурсов [4, с. 22].

При классификации задач планирования по срокам исполнения – текущих (на год), сменных и др. - совсем не имеют в виду, что первые составляются раз в год, а вторые - раз в смену. Дело в том, что планы обновляются достаточно часто (годовые планы - раз в месяц или в квартал) и не только по регламенту, но и при значительном изменении условий. Например, для сменного задания критичным является отказ технологического оборудования, для годового плана - изменение контракта на поставку по требованию заказчика. При этом взаимосвязанно на каждом уровне решаются задачи распределения ресурсов и упорядочения работ. Поэтому срочные заказы должны вноситься в сменные задания не непосредственно, а через корректировку производственной программы предприятия и всех зависимых планов нижнего уровня. Поэтому на предприятии, которое готово брать заказы на любых условиях выполнения (тем более – так называемые коммерческие заказы), внедрение системы планирования (особенно интегрированной ERP-системы) затруднено.

При планировании работы предприятия в целом учитываются портфель заказов и производственные возможности предприятия - производственная мощность. Для согласования потребностей рынка и возможностей предприятия формируется производственная программа на год с разбивкой по кварталам или месяцам. Расчеты ведутся в стоимостных и натуральных единицах для усредненных изделий-представителей и с учетом усредненного использования производственных мощностей. Производственная программа является основой для расчета планов производственных подразделений.

В планировании используются так называемые календарно-плановые нормативы, например размер партий запуска, ритмы запуска заказов в производство, длительность производственных циклов,

нормативы незавершенного производства, нормативы времени на ремонт оборудования и затраты труда.

Обычно нормативы определяются моделированием, расчетным путем или статистически. Во всех способах полагается, что предприятие работает стабильно и предсказуемо. Но многие отечественные предприятия еще находятся в условиях «перестройки», изменения логистики, номенклатуры выпускаемой продукции и рынков сбыта. При внедрении новых систем планирования требуется либо мотивированно принимать решение о возможности использования нормативов, которые были «заложены» в традиционные АСУП, либо их менять или даже ориентироваться на то, что нормативы могут многократно меняться даже в процессе внедрения системы (что не типично для «нормативно-справочной» информации).

Оперативное (оперативно-производственное) планирование предполагает детализацию производственных программ в виде согласованных планов для цехов, производственных участков и рабочих мест на короткие интервалы времени (месяц, декада, неделя, смена).

Объектом планирования и планово-учетными единицами являются заказы, комплекты, изделия, сборочные единицы, детали, детали-операции. Выбираются планово-учетный период (неделя, месяц, квартал) - для отчетности цеха о выполнении плана и плановый период - промежуток времени, на который строится оперативно-календарный план. В цехе формируется план по запуску в производство и по выпуску изделий. Задается интервал запуска в производство - не раньше, чем полуфабрикаты поступят из предыдущего цеха, и не позже, чем требуется для выпуска заказа в срок. План запуска в производство согласуется с планом подготовки производства. По плану цеха строятся задания для производственных участков, групп оборудования и рабочих мест.

Синхронно с планами для производства формируются планы по обеспечению инструментом, оснасткой, комплектующими изделиями, заготовками.

В системах АСУП было принято разделять, с одной стороны, планирование потребности в продукции, узлах, полуфабрикатах, а с другой, - планирование обеспечивающих подразделений (потребности в инструменте, оснастке, заготовках, комплектующих изделиях). На практике оперативное планирование затрагивало готовую продукцию, узлы, полуфабрикаты и незавершенное производство. Планирование обеспечивающих подразделений проводилось в рамках отдельных «задач» АСУ и выполнялось обобщенно, по календарно-плановым нормативам, без привязки к заказам на изготовление продукции определенной номенклатуры. При этом многие задачи снабжения исключались из оперативного планирования, решались несколько раз в год без привязки к фактическим срокам выполнения заказов, что приводило к ряду проблем для предприятия. Например, многократно завышались оборотные средства, росли складские запасы, но возникали аварийные нехватки по отдельным позициям. В то же время система планирования не могла диагностировать реальный избыток или недостаток комплектующих изделий и материалов для конкретного заказа.

С точки зрения современных западных систем планирования - MRP/MRP II - эти проблемы могут быть решены при объединении функции планирования продукции и ресурсов при условии «зависимых потребностей» и регистрации требуемых материальных ресурсов и норм их расхода в спецификации состава изделия.

Многообразие производственных условий обуславливает вариантность алгоритмических решений систем оперативного планирования. Влияние на них оказывают многие факторы, например, серийность производства и его предметная или технологическая специализация, характер подачи деталей из цеха: работа производства на сборку, на склад или передача в следующий цех, передача по инициативе потребителя или производителя - «толкающая» или «тянущая» система, и др.

Таким образом, можно сделать вывод, что в традиционных системах отсутствует единый процесс производственного планирования. А теоретическая база и математический аппарат производственного планирования были хорошо разработаны в СССР и продолжают использоваться на ряде предприятий.

При переходе от ручного планирования к автоматизированному планирование производства было централизованным и выполнялось на уровне дирекции и в вычислительном центре - отделе АСУ. При этом, в силу ограниченности вычислительных мощностей и ориентации руководства предприятия на интегральные производственные показатели, централизованное планирование на практике было укрупненным. Сказанное выше описывает реальную ситуацию с производственным планированием на многих предприятиях.

Таким образом, использование автоматизированных систем управления производством на отечественных предприятиях подтверждает то, что:

- 1) традиционные отечественные методы производственного планирования подтвердили свою жизнеспособность и продолжают применяться;
- 2) ряд проблем при реализации традиционных систем производственного планирования в АСУП

был связан с ограничениями со стороны вычислительных платформ и архитектур программных систем, с вопросами согласования исходных данных и с возможностями интеграции автономных программных систем, а не с изъянами в методологии планирования;

3) вместе с тем разрывы при реализации единой системы планирования вели к тому, что управленческий персонал разных уровней оперировал разной информацией. Это порождало условия для «непрозрачности» учета и расчета себестоимости продукции, что вызывает особые трудности внедрения новых систем при переходе к «прозрачной» среде.

На смену традиционным методам планирования будут приходиться новые системы, но при этом компоненты производственного планирования - как «интеллектуальная» часть АСУП – должны сохраниться при миграции на современные платформы и при совместной эксплуатации с системами планирования из новых интегрированных систем. В частности, могут сохраниться имеющиеся эвристические алгоритмы сменного планирования, системы диспетчирования, обеспечивающие интеграцию с системами управления технологическими процессами.

Для принятия решений о функциональной архитектуре интегрированных систем управления при их адаптации на отечественных предприятиях необходимо более детальное рассмотрение западных методов производственного планирования при их сопоставлении с традиционными отечественными.

Поэтому необходима дальнейшая структуризация MRP II – ERP модели в соответствии с традиционными методами планирования, используемыми на отечественных предприятиях, стандартизация пользовательского интерфейса и информационных взаимосвязей между различными компонентами системы. Для этого необходимо, чтобы при разработке различных модулей непосредственное участие в этом процессе принимал специалист в данной области, занимающийся данным вопросом на предприятии, под которое адаптируется система управления. Для разработки этих относительно локальных модулей не потребуются больших инвестиций и привлечения уникальных (и дорогих) консультантов и проектировщиков.

Литература

1. Уайт О. У. Управление производством и материальными запасами в век ЭВМ. М.: Прогресс, 1978.
2. Nourse E.G. and associate. America's Capacity to Produce. – W.: The Brookings Institution, 934. – P. 94.
3. Справочник разработчика АСУ/ Модин А.А и др., М.: Экономика, 1978.
4. Москаленко В.П. Совершенствование управления экономикой на базе нормативов. – Киев: Техника, 1983. – 65 с.
5. Экономика предприятия. Учебник. Российская экономическая академия им. Г. В. Плеханова / Под ред. проф. О. И. Волкова. М.: Инфра, 2000.
6. Рекова Н.Ю., Батченко Л.В. Производственная мощность предприятия, как основа формирования его производственной программы. “Менеджер” ДонДАУ.- 2002.- Вип. №4(20).- С. 64-71.

УДК 330.341.1+663.2

Гончарук Н.В.

СОСТОЯНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА ВИНОГРАДО-ВИНОДЕЛЬЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ СЕВАСТОПОЛЯ

Виноградарство является важной отраслью агропромышленного комплекса Украины, а одним из ведущих регионов виноградарства – город Севастополь.

В настоящее время назрела острая необходимость в проведении анализа и предоставлении научно обоснованных предложений сельскохозяйственным предприятиям Севастополя по увеличению эффективности работ, умелому использованию имеющихся ресурсов, определению модели управления производственным потенциалом виноградо-винодельческой отрасли Севастопольского региона.

Перспективами стабилизации и развития промышленного виноградарства в свое время занимались Боровик В.Н. [2], Матчина И.Г., Бузни А.Н. [3], Джженеев С.Ю. [6], Ежов В.Н. [7], проблемы регулирования виноградо-винодельческого производства в условиях рынка и формирования эффективного винодельческого комплекса в Украине рассматривались Авидзба А.М., [1], Валуйко Г.Г., Матчиной И.Г., Бузни А.Н. [4], Гаркушей А.М. [5] и другими. Однако в этих работах проблемы развития виноградо-винодельческой отрасли Севастопольского региона рассматривались разве что косвенно.

Целью данной статьи является анализ развития виноградо-винодельческого производства Севастопольского региона. В соответствии с поставленной целью в статье решаются задачи по

определению структуры сельскохозяйственной отрасли Севастополя, земельных ресурсов региона, динамики производства валовой продукции на предприятиях государственной и коллективной форм собственности, а также выявлению проблем развития.

Структура сельскохозяйственной отрасли Севастополя представлена такими предприятиями, как ООО «Агрофирма «Золотая балка», ООО «Качинский+», ГП совхоз-завод им. П.Осипенко, ГП «Садовод», ЗАО им. С.Перовской, СОАО «Севастопольский», КСП «Память Ленина» и КСП «Красный Октябрь». Большинство из них специализируются на выращивании винограда. Также в хозяйствах выращиваются фрукты, эфиромасличная культура - лавандин. Изготавливается виноматериал высокого качества, который поступает на заводы шампанских вин «Новый свет», Артемовский, Киевский, Севастопольский и на выдержку в Инкерманский завод марочных вин.

На протяжении многих лет в Севастопольском регионе сложилась развитая система и благоприятные условия для существования предприятий виноградо-винодельческой отрасли. Еще с советских времен крымские вина славятся своими вкусовыми качествами. Усилиями руководителей сельскохозяйственных и промышленных предприятий данной отрасли удалось сохранить многолетние наработки.

Аграрная зона города Севастополь охватывает около 38 тыс. га, эти земли исключительно благоприятны для выращивания винограда лучших столовых сортов, что способствует производству сухих, шампанских вин и виноматериалов, уникальных марочных вин. Из общей площади сельскохозяйственных угодий в 24,6 тыс. га виноградники занимают 6110 га, сады - 953 га.

В структуре сельскохозяйственного производства города виноградарство по праву считается наиболее перспективной и высокорентабельной отраслью. Производство винограда сельскохозяйственными предприятиями города в среднем составляет 26-28 тыс. т, это 1/3 общего объема производства по Крыму и 1/6 по Украине. В виноградо-винодельческой отрасли региона работает 8,5 тыс. чел.

Перерабатывающая отрасль агропромышленного комплекса Севастополя представлена такими предприятиями, как Инкерманский завод марочных вин - гордость отечественного виноделия и Севастопольский винодельческий завод.

ООО «Инкерманский завод марочных вин» - ведущее специализированное предприятие по выдержке марочных вин классическим способом. Производственные мощности завода обеспечивает цех выдержки столовых вин мощностью один миллион декалитров, а также цех крепких и десертных вин мощностью 800 тыс. декалитров. В 2000 г. сдан в эксплуатацию уникальный комплекс по разливу уникальных марочных и выдержанных вин, оснащенный самыми современными линиями розлива. Ассортимент продукции Инкерманского завода марочных вин включает 35 наименований.

Продукция Инкерманского завода марочных вин известна во многих странах. Экспорт вин за 2003 г. увеличился до 18% от общего объема производства. Продукция постоянно представляется на престижных конкурсах и выставках, вина удостоиваются высоких и заслуженных наград, которые в очередной раз подтверждают непревзойденное качество уникальных марочных вин. В первом полугодии 2004 г. увеличение объема производства составило 82,5%. Только за шесть месяцев 2004 г. произведено вина виноградного - 119 тыс. дал на сумму 12176 тыс. грн.

ГП «Севастопольский винодельческий завод» - одно из крупнейших предприятий отрасли виноделия. Основным видом продукции, выпускаемой на сегодняшний день, является «Севастопольское шампанское», в производстве которого используются передовые технологии с бережным сохранением традиций. Севастопольский винодельческий завод является экспериментатором в производстве новых видов шампанских вин. Более 30% от общего количества произведенной продукции отправляется на экспорт. Основными странами-экспортерами являются Германия, Швейцария, Австрия, Россия. В текущем году планируется произвести более 5 млн. бутылок вина, производственные мощности завода используются в полном объеме. Предприятие ежемесячно наращивает темпы роста объемов производства, постоянно участвует в международных конкурсах и программах, имеет многочисленные награды. Увеличение объема промышленного производства в первом полугодии 2004 г. составило 73,5%. Шампанских вин произведено 155 тыс. дал на сумму 10735 тыс. грн. Однако производство винограда остается на прежнем уровне.

Приоритетным направлением в сельском хозяйстве Севастопольского региона на сегодня является стабилизация и наращивание объемов производства винограда, фруктов и продуктов их переработки, создание необходимых экономических условий для расширенного воспроизводства в отраслях агропромышленного комплекса, что не представляется возможным без эффективной системы управления производственным потенциалом предприятий.

Потребительский рынок виноградо-винодельческой продукции формируется через сельскохозяйственные предприятия, предприятия перерабатывающей (винодельческой)

промышленности, заготовительные организации, городские рынки, рынки в других населенных пунктах, продажу с рук непосредственных товаропроизводителей и различного рода посредников.

По результатам деятельности агропромышленного комплекса Севастополя и при помощи совокупности экономических методов анализа и прогнозирования существует возможность разработки усовершенствованной системы управления производственным потенциалом сельскохозяйственных предприятий города Севастополя. Это даст возможность получения более высоких результатов хозяйственной деятельности предприятий, приведет к увеличению валовой продукции, развитию виноградовинодельческой отрасли, увеличению отчислений в бюджет и так далее.

Объем валовой продукции в 2003 г. составил 47947,9 тыс. грн. (в сопоставимых ценах 2000 г.), это на 42,5% больше уровня 2002 г. Валовая продукция предприятий коллективной формы собственности составила 18061,8 тыс. грн. (37,7%), государственной формы собственности соответственно – 29886,1 тыс. грн. (62,2%). Аналогичные процентные соотношения представлены на рис. 1, где

- ◆- валовая продукция предприятий государственной формы собственности;
- валовая продукция предприятий коллективной формы собственности.

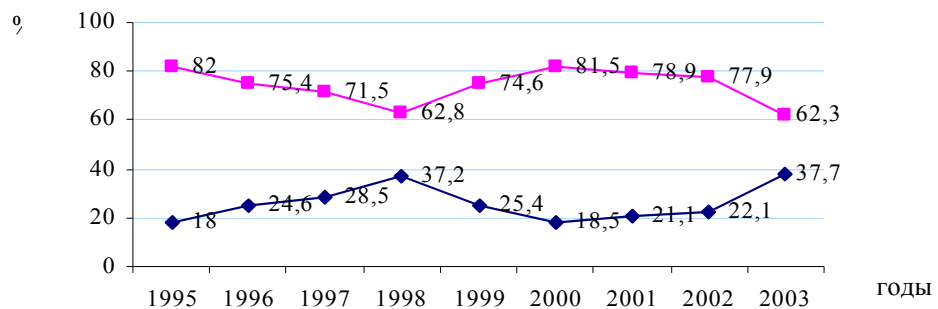


Рис.1. Динамика валовой продукции

Негативное влияние развитие виноградо-винодельческой отрасли оказывает сокращение спроса на виноград, деградация ресурсного потенциала и системы материально-технического обеспечения виноградарских хозяйств, низкий уровень механизации, падение «технологической» дисциплины производства, а также плохие условия хранения и переработки винограда.

Остановить негативные тенденции развития виноградо-винодельческой отрасли можно путем осуществления комплекса научно-обоснованных мер; требуется разработка адаптированных к условиям отраслевого производства механизмов и моделей управления предприятиями; разработка и апробация (в зависимости от специфики конкретного предприятия, существующей формы хозяйствования, структуры управления и системы подчинения) дифференцированной модели управления производственным потенциалом виноградовинодельческих предприятий Севастопольского региона и прогноз развития данной отрасли на перспективу.

Литература

1. Авидзба А.М., Черемисина С.Г. Экономика виноградарства: теория и практика функционирования. – Ялта: «Адонис», 2003. – 247 с.
2. Боровик В.Н. Основной путь выхода из кризиса промышленного виноградарства и виноделия России // Виноград и вино России.- 2001. - № 2. - С. 14-15.
3. Бузни А.Н., Матчина И.Г. Экономика виноделия Украины: состояние и стратегия развития // Стратегія економічного розвитку України.- 2001. - № 7. – С. 351-358.
4. Валуйко Г.Г., Матчина И.Г., Бузни А.Н. О регулировании виноградовинодельческого производства в условиях рынка // “Магарач” Виноградарство и виноделие.- 2000. - № 4. – С. 34-36.
5. Гаркуша О.М. Формування ефективного виноградарсько-виноробного підкомплексу АПК України. – Миколаїв: МДДА, 2001. – 281 с.
6. Дженеев С.Ю., Валуйко Г.Г. Состояние и перспективы развития производства и переработки винограда в СССР. - Ялта: ВНИИВиПП "Магарач", 1988. – 27 с.
7. Ежов В.Н., Бузни А.Н., Матчина И.Г. Виноградарство и виноделие Крыма: вчера и сегодня // Вопросы развития Крыма. Научно-практический дискуссионно-аналитический сборник. - Симферополь: Таврия, 1997. - Вып. 8. - С. 8-15.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВЕТРОУСТАНОВОК МОЩНОСТЬЮ 100 И БОЛЕЕ КВТ ДЛЯ НЕПОСРЕДСТВЕННОГО ЭНЕРГОСНАБЖЕНИЯ НАСЕЛЕННЫХ ПУНКТОВ

На сегодняшний день большое значение имеют проблемы энергосбережения и экономии энергетических ресурсов. Этим обуславливается важность и актуальность научных разработок в сфере использования энергии ветра. Ветроэнергетика характеризуется экологической безопасностью и низкими затратами на эксплуатацию оборудования.

В Украине развитие ветроэнергетики является важным направлением экономического развития страны. Перспектива развития ветроэнергетики в стране определена Указом Президента Украины № 159/96 от 02.03.1996 г., Комплексной программой строительства ветровых электростанций, утвержденной постановлением Кабинета Министров Украины № 137 от 03.02.1997 г., а также рядом других нормативных актов. Развитие ветроэнергетики в стране проходит в соответствии с Комплексной программой строительства ветровых электростанций, выступающей в роли важного государственного инвестиционного проекта.

В настоящее время в АР Крым эксплуатируются 328 ветроэнергетических установок (ВЭУ). Они выработали более 18 млн. кВт ч электроэнергии [1, с. 61]. Важным направлением использования ВЭУ является непосредственное энергоснабжение какого-либо объекта. С этой целью довольно успешно могут применяться ВЭУ малой и средней мощности (до 100 кВт) - для энергоснабжения небольших предприятий, фермерских и домашних хозяйств. Также возможно использование ВЭУ мощностью 100 и более кВт для энергоснабжения более крупных объектов, находящихся в районах со значительным ветропотенциалом. Автором рассматривалась возможность использования таких ВЭУ для непосредственного энергоснабжения хозяйственных объектов. В частности, было предложено использовать ВЭУ при перекачке воды в ходе осушения Мамайского месторождения строительных известняков и понижения уровня северной части озера Сасык-Сиваш [2]. Для экономии затрат на электроэнергию было предложено установить две ВЭУ. В результате проведенных расчетов выяснено, что использование ветроустановок в таком случае позволяет окупить затраты на приобретение, монтаж и эксплуатацию установок за 7,4 года. В пределах срока службы ВЭУ (20 лет) чистый доход составит 1,55 млн. долл. (более 8 млн. грн.). Указанное мероприятие получило положительную оценку института «Крымгипроводхоз».

Кроме того, рассматривалась возможность использования ВЭУ мощностью более 100 кВт для непосредственного энергоснабжения хозяйственного объекта на примере условного объекта с суммарной мощностью электрооборудования 1 МВт. Для экономии затрат на электроэнергию было предложено оборудовать ветрокомплекс из 10 ВЭУ. В результате проведенных расчетов выяснено, что использование ВЭУ в таком случае позволяет окупить затраты на приобретение, монтаж и эксплуатацию ветроустановок за 3,1 года. Через 20 лет работы экономия составит 1,27 млн. долл. Помимо вышеописанных вариантов применения, ВЭУ мощностью 100 и более кВт можно использовать для непосредственного энергоснабжения населенного пункта с целью экономии энергоресурсов. Целью исследования является обоснование экономической эффективности такого использования этих ВЭУ. В связи с этим основной задачей является расчет экономических показателей использования ВЭУ мощностью 100 и более кВт для непосредственного энергоснабжения населенного пункта.

Для непосредственного энергоснабжения населенного пункта предлагается установка определенного количества ВЭУ лицензионной модели USW-56-100 отечественного производства (изготовитель – ПО «Южмаш») единичной мощностью 107,5 кВт. Количество ВЭУ для населенного пункта определяется количеством домашних хозяйств в населенном пункте следующим образом.

Энергопотребление среднестатистической украинской семьи, то есть одного домашнего хозяйства, составляет 100 – 300 кВт/ч в мес. [3, с. 15], что равно в среднем около 2400 кВт/ч (2,4 МВт/ч) в год. Отсюда видно, что суммарная мощность одновременно работающих электроприборов в одном домашнем хозяйстве в среднем составляет около 275 Вт. Таким образом, одна ВЭУ USW-56-100 может использоваться для энергоснабжения 365 домашних хозяйств, или около 1100 жителей. При большем населении соответственно увеличивается количество ВЭУ. Так, например, при населении 2000 жителей потребуется 2 ВЭУ USW-56-100.

Эффективность такого использования ВЭУ характеризуется нижеприведенными расчетами. Стоимость ВЭУ USW-56-100 с монтажом составляет 23,62 тыс. долл. США [4]. С учетом дополнительных расходов стоимость сооружения составит 23,7 тыс. долл. Годовые эксплуатационные издержки по ВЭУ в различных источниках принимаются в пределах 1,3 - 2,5 % от стоимости ВЭУ [5, с. 210]. Примем среднее значение, тогда эксплуатационные издержки составят 474 долл. в год. С учетом того, что рассматриваемое

мероприятие целесообразно осуществлять в районах со значительным ветропотенциалом, дальнейший расчет произведен для района со средней скоростью ветра около 7 м/с. При такой скорости ветра, согласно техническим характеристикам ВЭУ USW-56-100 [6, с. 9], годовая производительность ВЭУ составит 175,2 МВт/ч. Эта величина покрывает 18,6 % годовой потребности населения в электроэнергии, так как учитывается период стояния ВЭУ, во время которого энергоснабжение населенного пункта будет осуществляться только от общей электросети.

В настоящее время цена 1 кВт/ч электроэнергии для сельского населения (рассматриваемое мероприятие применимо для населенных пунктов как городского, так и сельского типа, но наиболее актуально для сельской местности) составляет 14,4 коп., то есть 2,72 цента. Соответственно, цена 1 МВт/ч электроэнергии составляет 27,2 долл. Использование ВЭУ позволяет экономить на электроэнергии 4,8 тыс. долл. в год. За вычетом эксплуатационных издержек экономия расходов на электроэнергию составит 4,3 тыс. долл. в год. Отсюда следует, что срок окупаемости ВЭУ составит 5,5 лет. Через 20 лет работы суммарная экономия составит 62,4 тыс. долл.

Если приобретение, монтаж и эксплуатация ВЭУ ведутся за счет инвестиций населения, то в расчете на 1 чел. показатели эффективности будут иметь следующий вид. Начальное вложение составит 21,5 долл. (114 грн.). Преимущество рассматриваемой схемы энергоснабжения в том, что 18,6% необходимой электроэнергии (в среднем 159 кВт/ч в год) будет получено бесплатно (если не считать небольшой суммы эксплуатационных издержек – 19 коп. в мес.). Годовая экономия по расходам на электроэнергию составит примерно 21 грн. на чел. Через 5,5 лет (срок окупаемости) суммарная экономия составит 114 грн., то есть окупятся первоначальные вложения, а через 20 лет работы (срок службы ВЭУ) суммарная экономия составит 416 грн. на чел.

Необходимо также отметить, что такое использование ВЭУ позволит экономить 18,6% бюджетных средств, предназначенных для оплаты льгот и субсидий по населенным пунктам, оснащенным ВЭУ.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что использование ВЭУ мощностью 100 и более кВт для непосредственного энергоснабжения населенных пунктов достаточно эффективно, причем имеются предпосылки к дальнейшему возрастанию такой эффективности (ввиду наметившейся мировой тенденции к удешевлению электроэнергии ВЭУ). Оно будет способствовать значительной экономии денежных средств населения и бюджетных средств. Кроме того, такое использование ВЭУ позволяет экономить топливо и сокращать выбросы вредных веществ в атмосферу. Результатом всего этого будет повышение благосостояния населения, экологизация экономики страны, улучшение социально-экономической ситуации и экологической обстановки.

Конечно, при воплощении вышеизложенной идеи в жизнь необходимо будет решить некоторые вопросы. Во-первых, может потребоваться некоторая доработка сооружений и оборудования для использования их с целью непосредственного энергоснабжения объектов. Но, учитывая значительные преимущества такого использования ВЭУ и большой потенциал отечественных научных учреждений и конструкторских бюро, такая доработка представляется целесообразной.

Другой проблемой является то, что ввиду сложного социально-экономического положения сельских жителей и сельхозпредприятий может возникать нехватка денежных средств на приобретение и монтаж ВЭУ. Эту нехватку можно восполнить за счет финансовой помощи государства, международных организаций, а также спонсоров.

В конечном итоге идея использования ВЭУ мощностью 100 и более кВт для непосредственного энергоснабжения населенных пунктов представляется весьма перспективной и при ее реализации может быть получен значительный экономический и экологический эффект. Воплощение этой идеи в жизнь будет иметь позитивное значение как для Крыма, так и для всей Украины.

Литература

1. Бабенко Г.А. Ветроэнергетическая отрасль Автономной Республики Крым // Кто есть кто в экономике, науке, культуре Крыма. – К.: Український видавничий консорціум, 2003. – С. 58 – 63.
2. Коваленко Н.А. Эффективность использования ветроустановок при перекачке воды. // Строительство и техногенная безопасность. Сборник научных трудов. Выпуск 9. – Симферополь: КАПКС, 2004. – С. 146 – 147.
3. Фаворський Ю., Люшня О. Вітроенергетичні системи малої потужності // Зелена енергетика.- 2004.- № 1.-С. 14 – 16.
4. Будзяк В. Становление ветроэнергетики в Украине // Экономика Украины.- 1999.- № 3. – С. 84 – 86.
5. Устойчивый Крым. Энергетическая стратегия XXI века. – Симферополь: «Экология и мир», 2001. – 400 с.
6. Выполнение Государственной программы Украины по ветроэнергетике предприятиями Госводхоза Украины в Автономной Республике Крым (за период с XII.1995 г. по IV.2002 г.). - Симферополь: 2002. – 74 с.

УДК 504+06.011

Пашенцев А.И.

МОДЕЛЬ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Любое предприятие предполагает объединение его подразделений для достижения значимых целей посредством необходимой координации их усилий в совместной деятельности. Предприятие использует основные ресурсы: людей, капитал, материалы, сырьё, технологии и информацию. От их эффективного использования зависит не только достижение планируемых результатов, но также степень защиты окружающей среды. При использовании ресурсов устанавливается взаимосвязь предприятия с внешней средой. Предприятие получает из внешней среды исходные продукты для обеспечения своей жизнедеятельности, при этом должно возвращать некоторый продукт в качестве компенсации. Как только рвутся связи предприятия с внешней средой, оно прекращает своё существование. В последнее время в связи с усилением конкуренции, а также резким ускорением процессов изменения в окружающей среде, предприятия всё в большей мере вынуждены уделять внимание вопросам взаимодействия с окружающей средой и в большей мере адаптироваться к изменениям в ней.

Среди украинских учёных, исследовавших проблемы экологического менеджмента, необходимо назвать Дубовец И.П. [1], Залесского А.Б. [2], Гришина А.С., Усенко О.А. [3], Диденко М.М. [4]. В этих работах рассматриваются методы обработки статистических данных в экологии, инновационные стратегии воздействия на экологические объекты, методы оценки эффективности экологического менеджмента, организация управления природоохранной деятельностью. Однако в них не уделено внимание проблеме построения моделей управления экологической безопасностью. В этой связи настоящая работа ставит целью предложить модель экологического анализа деятельности предприятия.

Основной функцией предприятия является преобразование природного сырья в полезный для человека продукт [1, с. 12]. Современное предприятие является структурой, которая реализует через свои технологии и систему управления идеологию технической культуры. Однако, чтобы экологизировать технологии и систему управления предприятия, необходимо выработать единые подходы к анализу экологического состояния предприятия. Экологически безопасные предприятия должны отвечать следующим требованиям: эффективность потребления ресурсов; низкий уровень энергопотребления; минимум загрязняющих веществ; минимум отходов производства [2, с. 154].

Однако даже те предприятия, которые рационально используют природные ресурсы и выполняют экологические требования, не являются безопасными для окружающей среды, что можно объяснить отсутствием данных о долгосрочном воздействии выбросов на окружающую среду [3, с. 202]. В этом случае рациональное использование окружающей среды возможно при внедрении комплекса мероприятий:

- обеспечение эффективности производства и доведение до минимума уровня загрязнений;
- обеспечение безопасности и рентабельности продукции в соответствии с требованиями потребителей;
- снабжение материалами, пригодными для повторной утилизации;
- обеспечение окупаемости мер по предотвращению загрязнения;
- проведение предварительной экологической экспертизы проекта для оценки его воздействия на окружающую среду.

Внедрению предложенных мероприятий должен предшествовать общий анализ экологического состояния предприятия. Важное значение имеет анализ состояния систем инженерного и энергообеспечения, а также анализ эффективности управления производством в целях обеспечения охраны окружающей среды. Анализ экологического состояния предприятия в этом случае целесообразно проводить в соответствии со схемой, предложенной на рис. 1.

Особенностью данной схемы является совокупный экологический анализ деятельности предприятия, осуществляемый по трём взаимосвязанным направлениям: финансовое состояние экономического субъекта; производственный анализ; экологический аудит.

Назначение финансового анализа заключается в информационном обеспечении принятия обоснованных решений по таким направлениям деятельности экономического субъекта [4, с. 193]:

- финансовое – управление пассивами, обеспечение предприятия финансовыми ресурсами, определение оптимального размера, структуры и состава источников финансирования;
- инвестиционное – управление активами, распределение финансовых ресурсов, определение оптимального размера, состава, структуры активов предприятия, выбор и реализация инвестиционных проектов;
- операционное – управление финансовыми результатами деятельности предприятия.



Рис. 1. Модель экологического анализа деятельности предприятия

Производственный анализ деятельности экономического субъекта должен осуществляться по следующим направлениям: организация и управление процессом технологической подготовки производства; организация производства высокой степени гибкости, допускающего возможность непрерывного его совершенствования и быструю переориентацию на выпуск новых видов продукции высокого качества; рациональную организацию механизированного и автоматизированного выполнения комплекса инженерно–технических и управленческих работ; взаимосвязь технологической подготовки производства и управления им с другими системами и подсистемами управления.

Проведение экологического аудита позволит получить объективную оценку экологического состояния предприятия, как с точки зрения определения приоритетных направлений вложения инвестиций, так и для оценки экологических рисков. Определение экологических рисков собственника предприятия производится по результатам экологического аудита, основными задачами которого в этом контексте являются: изучение состояния системы управления природоохранной деятельностью предприятия; прогнозирование ситуации при росте объёмов производства; определение соответствия экологической документации технической и финансовой отчётности; отбор объектов капиталовложений; обоснование применения методов управления экологическими рисками.

Для управления экологическим риском на предприятии целесообразно организовать структурное подразделение, возглавляемое руководителем, который занимается исключительно проблемами управления рисками и координирует деятельность всех подразделений предприятия в плане регулирования экологического риска и обеспечения компенсации возможных потерь и убытков. Стратегия управления экологическим риском может строиться по–разному в зависимости от направления деятельности предприятия, сложившейся структуры управления, традиций и деловой практики. В этом случае можно выделить три основные схемы создания структуры управления экологическим риском:

- взаимосвязь отдела экологического мониторинга с другими подразделениями предприятия;

- діяльність відділу екологічного моніторингу;
- діяльність ведучого спеціаліста по екологічному моніторингу.

Функції структурного підрозділу екологічного моніторингу можуть бути достатньо обширні. В його веденні знаходяться питання забезпечення безпеки і контролю над екологічним ризиком, а також контролю і забезпечення якості випускаємої продукції. Він формує організаційну структуру управління екологічним ризиком на підприємстві і розробляє основні положення і інструкції, пов'язані з цією діяльністю.

На основі вищеизложеного можна зробити наступні висновки:

1. Екологічний аналіз діяльності підприємства цілорозумно проводити по трьох взаємопов'язаних напрямках: фінансовому, виробничому і екологічному аудиту.
2. Управління екологічним ризиком на підприємстві можна здійснювати по лінії спеціаліста екологічного моніторингу, структурного підрозділу і сукупної діяльності всіх підрозділів підприємства з відділом екологічного моніторингу.

Література

1. Дубовець І. П. Екологічний менеджмент. – Донецьк.: Знання, 2004. – 346 с.
2. Залеский А. Б. Екологічний маркетинг в діяльності підприємства. – К.: Либідь, 2003. – 278 с.
3. Гришин А.С., Усенко О. А. Економіка природопольовання. - К.: Банки і біржі, 2005. – 390 с.
4. Диденко М. М. Підприємство як інструмент природопольовання. – К.: Либідь, 2005. – 412 с.

УДК 657.6 (075.8)

Сметанко О.В.

ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ПРОВЕДЕННЯ АУДИТОРСЬКИХ ПЕРЕВІРОК НА ПІДПРИЄМСТВАХ РІЗНИХ ФОРМ ВЛАСНОСТІ

Інтеграція України до Європейського економічного союзу потребує здійснення комплексу заходів спрямованих на приведення аудиторської нормативно-законодавчої бази у відповідність до міжнародних вимог і стандартів.

Організація, розвиток, а також проблеми аудиту знайшли висвітлення у працях українських вчених та зарубіжних економістів: Р. Адамса [1], А. Аренса [2], Д. Кармайкла [3], О. Петрика [4], Дж. Робертсона [5], В. Савченко [6].

Аналіз чинних міжнародних положень і стандартів аудиту [7, с. 107-291] показав, що, основні положення цих нормативів не висчерпують коло питань, з якими зустрічаються, з одного боку, українські аудиторі, а з другого, - бухгалтері. В них розкрито тільки ключові моменти, необхідні для проведення аудиту, що, в свою чергу, не дає змогу аудиторам чітко виділяти основні напрями, стадії та етапи проведення аудиторських перевірок. Тому їх використання, незважаючи на всі позитивні сторони, не дає українським аудиторам єдиних методологічних рекомендацій що до організації проведення аудиту.

Так, український економіст О. Петрик пропонує аудиторським фірмам на початковій стадії роботи з клієнтами здійснювати організацію проведення перевірок у площині договірних відносин [4, с. 71-132]. На нашу думку, такий підхід дає змогу аудиторам провести різноманітні засоби ще на стадії організації договірних відносин, а це в свою чергу дасть змогу підвищити якість аудиторських перевірок на різних стадіях проведення аудиту на підприємстві.

Вивчення та аналіз наукової літератури дали змогу дійти висновку, що існуючі методичні рекомендації [7] і наукові дослідження з організації проведення аудиторських перевірок з урахуванням специфіки окремих галузей народного господарства висвітлено недостатньо. Недостатній рівень розробки теоретичних і практичних питань з організації аудиту зумовив необхідність уточнення основних стадій проведення аудиторських перевірок.

Основна мета статті полягає в удосконаленні та наданні методичних рекомендацій з організації проведення аудиторських перевірок.

Для досягнення визначеної мети поставлені такі завдання:

- критично оцінити діючу методіку з організації проведення аудиторських перевірок на підприємствах;
- внести пропозиції щодо удосконалення організації аудиту на підприємствах різних форм власності.

Визначення основних напрямів підвищення якості аудиторських перевірок залежить від її організації на різних стадіях проведення аудиту на підприємстві.

Організація аудиторської перевірки є досить трудомістким процесом, що потребує від аудитора знання безлічі нормативних та інструктивних матеріалів, а також особливостей обліку на підприємствах що перевіряються. Тому до початку документальної перевірки аудиторю потрібно визначити ступінь надійності та репутацію потенційного клієнта, а також вивчити організаційні особливості ведення обліку на підприємстві, специфічні види розрахунків та їх відображення на рахунках обліку та у облікових регістрах.

З метою систематизації даних про потенційних і діючих клієнтів, на організаційній стадії роботи з клієнтом пропонуємо створювати робочу картотеку. Використання картотеки дасть змогу аудиторським фірмам проводити систематизацію клієнтів за різними класифікаційними ознаками, а це, в свою чергу, допоможе отримувати більш повну інформацію про ступінь надійності, ділової й економічної репутації суб'єкта господарювання. Для вирішення питання систематизації клієнтів аудиторській фірмі пропонуємо здійснювати їх класифікацію за такими групами:

Постійні клієнти. До цієї групи варто відносити суб'єктів господарювання які протягом тривалого періоду часу обслуговуються аудиторською фірмою, та мають надійну репутацію, як з економічної, так і з юридичної точки зору.

Потенційні клієнти. До цієї групи пропонуємо включати організації, яким аудиторська фірма планує надавати аудиторські послуги.

Одноразові клієнти. До цієї групи рекомендуємо відносити ті організації, що отримують одноразові інформаційно-консультативні послуги. За певних умов ця група клієнтів може перейти або до групи постійних, або до групи небажаних клієнтів.

Небажані клієнти. До цієї групи варто відносити потенційно небезпечних клієнтів або клієнтів з високим ступенем ризику - організації, які мають значні економічні чи юридичні порушення.

Поряд з виділенням груп клієнтів пропонуємо на кожного клієнта аудиторській фірмі відкривати особову картку клієнта.

Використання особової картки клієнта та робочої картотеки потрібно для:

- 1) підбору кадрів і визначення рівня підготовленості та компетентності персоналу аудиторської фірми при розгляді й розкритті галузевих особливостей ведення обліку, а також для визначення чисельності зовнішніх фахівців (експертів), необхідних для якісного проведення аудиторської перевірки;
- 2) надання певної інформації зовнішнім користувачам, у тому числі контролюючим органам, про клієнта, в тому разі, якщо це не суперечить законодавству і чинним стандартам і нормам аудиту;
- 3) визначення періодів проведення аудиту, обсягів вибірки і базових напрямів, за якими проводилась перевірка, з метою встановлення основних упущень, пов'язаних з веденням обліку;
- 4) оцінки діючих клієнтів. При роботі з клієнтами аудиторські організації повинні не тільки уважно ставитися до їх вибору, а й періодично оцінювати діючих клієнтів. У тому разі, якщо клієнт не виконує своїх зобов'язань, аудиторській організації доцільно розглянути питання про припинення співпраці з ним.

Застосування на практиці особової картки клієнта дасть змогу аудиторським фірмам спростити роботу з картотекою з урахуванням етичних норм і стандартів аудиту. Тому при роботі з клієнтами особливе місце має бути відведене розробці процедур з добору клієнтів.

Процедури слід розробляти й оформлювати не тільки з економічного, а й з етичного погляду. Тобто при розробці внутрішньфірмової методики складання таких процедур треба проводити чітке розмежування клієнтів, яким можуть бути надані аудиторські послуги, а яким необхідно аргументовано відмовити. Тому для визначення ступеня надійності клієнта як суб'єкта економічної діяльності рекомендуємо використовувати заздалегідь складений перелік основних запитань, необхідних при первинній роботі з потенційним клієнтом.

Аналіз вітчизняних літературних джерел аудиту показав, що основним їх недоліком є розмите визначення стадій і етапів, пов'язаних з організацією і методикою проведення аудиторської перевірки. Вивчення чинних стандартів аудиту [7] дало нам змогу виділити основні стадії та етапи проведення як загального аудиту системи обліку, так і аудиту витрат (рис. 1).

Кожна стадія аудиту розбита на основні етапи, на кожному з них розглядається і вирішується визначене коло питань та завдань.

Розглянемо та аргументуємо кожну з виділених стадій проведення аудиторської перевірки витрат:

1. Ознайомлювальна стадія. На цій стадії на різних її етапах відбувається встановлення ділових стосунків з потенційним клієнтом:

- етап встановлення контакту з потенційним клієнтом. На цьому етапі вирішується низка питань, а саме: оформлення листа-пропозиції про проведення аудиту (надання аудиторських послуг); уточнення юридичної адреси клієнта зіставленням отриманої інформації в податкових і статистичних службах.
- ознайомлювальний етап передбачає розв'язання таких питань: отримання інформації про ділову та

економічну репутацію потенційного клієнта; з'ясування, ким, коли і за якими напрямками проводилися аудиторські перевірки; отримання інформації про реальний стан справ і ділову надійність клієнта в аудиторській організації, що займалася його обслуговуванням; отримання копії установчих документів; проведення збору додаткової інформації, яка може бути корисною для аудиторської фірми для оцінки потенційного клієнта.

- етап організації договірних стосунків передбачає вирішення таких завдань: визначення основного переліку аудиторських послуг, необхідних клієнту, а також з'ясування причини надання визначеного спектра аудиторських послуг; встановлення повноваження і статусу аудитора на момент проведення аудиторської перевірки; визначення права доступу до облікової інформації та інших фінансових і юридичних документів; укладання (оформлення) договору про надання аудиторських послуг.

2. Організаційно-підготовча стадія включає такі етапи здійснення аудиту.



Рис. 1. Основні стадії проведення аудиту

- етап планування аудиту. Цей етап аудиторської перевірки припускає вирішення низки загальних, а також додаткових організаційно-технічних питань і визначення строків проведення перевірки та специфіки діяльності й чисельності фахівців, необхідних для її проведення; отримання даних про посадові обов'язки та кваліфікацію службовців, на яких покладено ведення обліку і складання звітності; одержання копії документів про облікову політику замовника; отримання копії первинних документів, облікових реєстрів і форм звітності. Цей етап аудиторської перевірки спрямований на підготовку бази для проведення аудиту, а також висновку угоди про надання визначеного обсягу аудиторських послуг. Отримані на цьому етапі дані можуть бути використані аудитором для визначення обсягу аудиторських процедур і оцінки ризику.

- етап визначення основних напрямів проведення аудиту передбачає вирішення низки питань, пов'язаних з: виділенням переліку продукції (робот, послуг, товарів), які надає замовник; визначенням центрів відповідальності та покладених на них функцій; виділення основних напрямів облікової політики організації.

- етап розробки програми проведення аудиту. На цьому етапі передбачено виділення основних напрямів, за якими необхідно здійснювати аудиторську перевірку із зазначенням строків її проведення.

- етап розробки і затвердження робочих документів - етап, на якому здійснюють розробку робочої документації аудитора з урахуванням специфіки діяльності організації. У розроблених документах на наступних стадіях проведення аудиту мають знайти відображення аудиторські докази та судження.

3. Стадія проведення аудиту виконує низку функцій, які розкриваються безпосередньо на визначених етапах проведення аудиторської перевірки.

- етап ознайомлення із системою обліку і внутрішнього контролю на підприємстві, що перевіряється, передбачає вирішення таких завдань: здійснення оцінки ефективності системи внутрішнього контролю; з'ясування, хто реально впливає на прийняття управлінських і фінансових рішень; визначення ступеня впливу на систему обліку зовнішніх і внутрішніх чинників.

- етап розробки та затвердження аудиторських процедур - етап, на якому доцільно здійснювати розробку таких процедур: визначення мети, функцій і призначення процедури; вибір робочих процедур. Вибір і використання аудиторських процедур дає змогу: встановити чинники, які були причиною перекручування даних в облікових реєстрах і формах звітності; виділити основні напрями в обліку, що потребують від аудитора особливої уваги; провести тестування та аналіз діючої системи обліку з метою отримання відповідей за конкретними напрямками обліку та аудиту. Етап розробки аудиторських процедур

має велике значення як на початковій, так і на завершальній стадії проведення аудиту. Насамперед це пов'язано з тим, що від того, наскільки правильно розроблені та застосовані аудиторські процедури, залежить процес аудиторських суджень і збір доказів, а це, в свою чергу, безпосередньо впливає на ступінь виявлення помилок або на обсяг обробленої облікової інформації.

- етап визначення (вибору) методів проведення аудиту. Цей етап аудиторської перевірки прямо залежить від етапу розробки аналітичних процедур. Залежність зумовлена низкою чинників, а саме: ступенем автоматизації облікового процесу; можливостями використання комп'ютерної техніки при проведенні аудиту; особливостями ведення обліку; методами проведення аудиту.

- етап обробки облікової інформації відрізняється тим, що на ньому залежно від обраних методів і процедур проведення перевірки та обробки облікової інформації відбувається узагальнення, систематизація й безпосередня обробка облікових регістрів та первинної облікової документації.

- етап збору аудиторських доказів. На цьому етапі здійснюється: зіставлення розрахункових даних з фактичними показниками; перевірка правильності відображення операцій на рахунках обліку; перевірка правильності оформлення облікової документації; перевірка додержання нормативно-законодавчих актів; перевірка конкретно виділених аспектів аудиту.

Визначивши питання, пов'язані із збором аудиторських доказів, пропонуємо проводити збір і обробку облікової інформації за такими напрямками: за центрами відповідальності або виділеними структурними підрозділами; за видами продукції (робот, послуг); за ступенем і порядком віднесення статей витрат на собівартість продукції (робот, послуг); за основними калькуляційними напрямками та розрахунковими процедурами контролю, що застосовуються, за поведінкою витрат і їх розміром.

Дані, отримані на цьому етапі аудиту, є основним носієм інформації, необхідної для проведення заключної стадії аудиту.

4. Заключна стадія. На цій стадії здійснюється узагальнення зібраних аудиторських доказів і аудиторських суджень через визначення рівня їх суттєвості, систематизації та групування з подальшим формуванням методичних рекомендацій з ведення обліку в аудиторському висновку.

Дослідження цієї стадії аудиту дало змогу виділити такі етапи проведення аудиту:

- етап систематизації та групування робочих документів.
- етап систематизації та групування аудиторських доказів.
- етап визначення рівня суттєвості аудиторських суджень і доказів.
- етап формування та узагальнення аудиторських суджень і доказів з метою складання аудиторського висновку.

На заключній стадії аудиту здійснюється формування аудиторського висновку. На цій стадії нами виділено основні організаційно-технічні питання, що має вирішити аудитор, зокрема: порядок документування основних подій і результатів аудиторської перевірки; виділення основних недоглядів і недоліків, що, на думку аудитора, впливають на організацію обліку та проведення аудиту; формування папок і узагальнення в них результатів аудиторської перевірки; всебічна характеристика реального стану фінансової звітності організації; підготовка листа і методичних рекомендацій за результатами перевірки.

Аудиторський висновок повинен містити аналіз і оцінку відповідності складеної фінансової та управлінської звітності розробленій обліковій політиці та стандартам аудиту. Аудитор здійснює оцінку висновків, зроблених на основі отриманих аудиторських доказів. Підсумком оцінки стає формування в письмовій формі рекомендацій щодо ведення обліку і фінансової звітності відповідно до пунктів перевірки з подальшим їх групуванням згідно з вимогами, що ставляться до складання аудиторського висновку.

Наведені стадії та етапи проведення аудиту можна легко адаптувати під конкретні цілі й завдання, поставлені перед аудиторською організацією.

Дослідження автором організації та проведення аудиторських перевірок на підприємствах різних форм власності, дають змогу дійти наступних висновків:

- організація аудиторської перевірки має здійснюватися через визначення ступеня надійності, репутації потенційного клієнта, а також організаційних особливостей ведення обліку на підприємстві, що перевіряється;
- з метою систематизації даних про потенційних і діючих клієнтів аудиторській фірмі на організаційній стадії роботи з клієнтом запропоновано створювати робочу картотеку клієнтів;
- використання у практичній діяльності запропонованих етапів проведення аудиту дозволить мінімізувати аудиторський ризик;
- аналіз міжнародних стандартів аудиту свідчить, що основним їх недоліком є розмите визначення

стадій і етапів, пов'язаних з організацією і методикою проведення аудиторської перевірки.

Література

1. Адамс Р. Основы аудита: Пер.с англ. / Под ред. Я.В. Соколова. – М.: Аудит, ЮНИТИ, 1995. – 398 с.
2. Аренс А., Лоббек Дж. Аудит: Пер. с англ.; Гл. редактор серии проф. Соколов Я.В. – М.: Финансы и статистика, 1995. – 560с.
3. Кармайкл Д.Р., Бенис М. Стандарты и нормы аудита: Пер. с англ. – М.: Аудит, ЮНИТИ. 1995. – 527 с.
4. Петрик О.А. Аудит: методологія і організація: Монографія. – К.: КНЕУ, 2003. – 260 с.
5. Робертсон Дж. Аудит // Пер. с англ. – М.: КPMG, Аудиторская фирма «Контакт», 1993. – 496 с.
6. Савченко В.Я. Аудит: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2002. – 322 с.
7. Международные стандарты аудита и Кодекс этики профессиональных бухгалтеров (1999). – М., 2000. – 699 с.

УДК 65.012

Рывкина О.Л.

СТРУКТУРА МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ РЕАЛИЗАЦИЕЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Управление реализацией стратегии предприятия представляет собой процесс, которому свойственна определенная специфика, отличающая его от процесса управления текущей деятельностью. Такая специфика находит отражение не только в управленческих функциях, но и субъектах их выполнения, взаимосвязях между этими субъектами, используемых ими управленческих технологиях и технических средствах управления – во всем том, что образует организацию управления. Поэтому одним из основных условий достижения долгосрочных целей развития предприятия является организация управления процессом реализации стратегии, предполагающая взаимную увязку и согласование всех ее элементов.

В исследованиях многих отечественных и зарубежных авторов достаточное внимание уделяется лишь отдельным элементам организации управления реализацией стратегии, которые рассматриваются изолированно друг от друга, - организационной структуре управления, плану действий, мониторингу промежуточных результатов реализации стратегии.

Избирательный характер освещения элементов организации управления реализацией стратегии, а также неизученность аспектов, отражающих специфику взаимосвязи между ними, не позволяют достичь соответствия элементов организации управления друг другу. Решение такого рода проблем в теории управления осуществляется посредством формирования и функционирования механизмов управления. Поэтому целью данной статьи является изучение структуры механизма организации управления реализацией стратегии на предприятии (МОУРС).

В экономической литературе рассматривается механизм управления, представляющий собой сложную категорию, которая объединяет [2, с. 113]: цели управления; критерии управления; факторы управления (элементы объекта управления и их связи, на которые осуществляется воздействие в интересах достижения поставленных целей); методы воздействия; ресурсы управления. При этом в качестве исходных элементов формирования любого механизма управления рассматривают конкретный объект управления и цель трансформации состояния или деятельности этого объекта.

В качестве объекта управления МОУРС целесообразно рассматривать все элементы организации управления реализацией стратегии (рис. 1).

Первым элементом объекта управления рассматриваемого механизма является программа управления. Поскольку программа – это содержание и план деятельности, работ [3, с. 1075], в контексте управления реализацией стратегии, под программой управления логично понимать совокупность взаимосвязанных планов стратегических, тактических и оперативных действий для менеджеров всех уровней управления. Чем выше уровень управления, тем более общий характер носят действия, образующие программу управления. Так, программа управления для менеджеров высшего управленческого уровня представляет собой план стратегических действий, охватывающий весь период достижения долгосрочных целей развития предприятия.

Его выполнение подразумевает реализацию комплекса функциональных стратегий, каждая из которых представляет собой совокупность групп инвестиционных проектов определенной функциональной направленности. Программа управления для менеджеров среднего звена объединяет совокупность тактических действий, рассчитанных на реализацию в среднесрочном периоде. Каждое

такое действие может рассматриваться как отдельный проект или группа проектов, выполнение которых осуществляется группой подразделений одной функциональной сферы деятельности предприятия. И, наконец, программа управления для менеджеров низшего уровня управления есть план оперативных действий по реализации отдельных инвестиционных проектов.

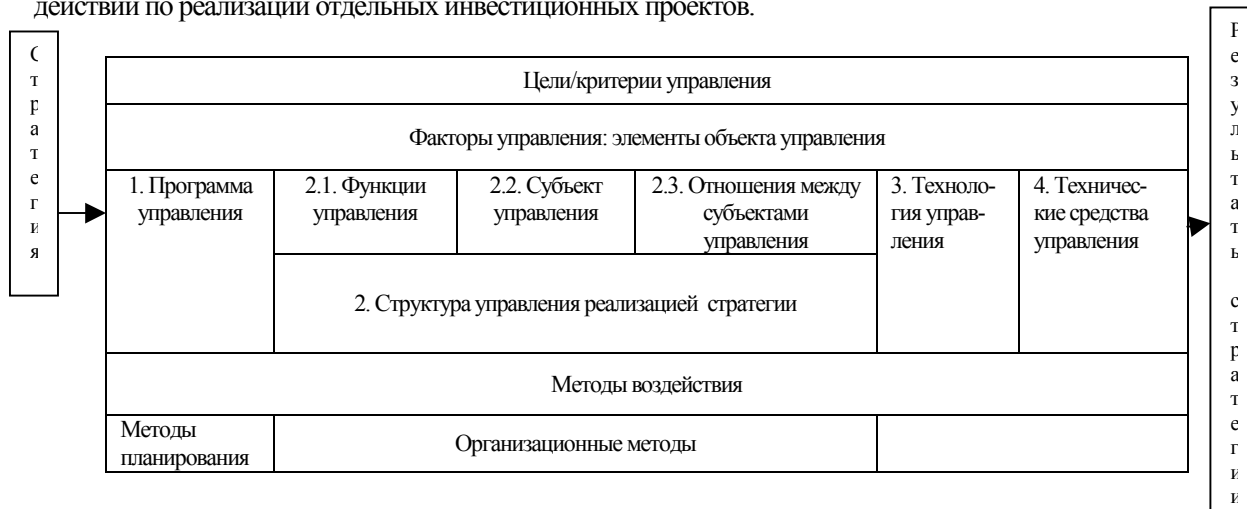


Рис. 1. Состав элементов механизма организации управления реализацией стратегии

Вторым элементом организации управления реализацией стратегии как объекта управления МОУРС выступает структура управления реализацией стратегии, которую, следует рассматривать как совокупность трех взаимосвязанных элементов организации управления: субъектов управления, выполняемых ими функций и отношений между субъектами управления.

Поскольку в основе проектирования любой структуры управления лежит определенная совокупность функций, подфункций и работ, которые, в свою очередь, формируются на основе программы управления [4, с. 49], возможно утверждать о существовании прямой логической взаимосвязи между программой управления и структурой управления. Она выражается в том, что изменение программы управления может потребовать трансформации и структуры управления.

Для обеспечения высокоэффективного достижения поставленных целей каждый субъект управления должен располагать определенным инструментарием управления, обеспечивающим своевременность принятия им управленческих решений в объеме выполняемых функций, полномочий и ответственности. В качестве инструментария управления следует рассматривать технологию управления и технические средства управления, которым соответствуют третий и четвертый блоки объекта управления МОУРС. Применение субъектом управления тех или иных технологий управления, представляющих собой способы и приемы управленческой деятельности [5, с. 234] определяется его местом в структуре управления, а, следовательно, и типом решаемых задач. А выбор тех или иных технических средств управления, под которыми понимают средства получения, обработки, анализа, хранения и передачи информации как продукта управленческого труда [6, с. 417] определяется объемом и качеством информации, необходимой субъекту управления для выполнения своих функций. Между технологиями и техническими средствами управления существует прямая логическая взаимосвязь.

Осуществление управляющего воздействия на рассмотренные элементы объекта управления в рамках формируемого механизма всегда имеет целевое начало, которое может варьироваться в зависимости от этапа реализации стратегии. Так, на этапе подготовки предприятия к реализации стратегии целью МОУРС выступает создание системы элементов организации управления, соответствующих друг другу и принятой к реализации стратегии. А активизация работы механизма в ходе реализации стратегии имеет целью поддержание этого соответствия. Таким образом, функционирование МОУРС каждый раз должно осуществляться в соответствии с конкретно заданной реальной совокупностью целей. Обеспечение однонаправленности целей достигается в результате использования при их формировании программно-целевого подхода, предполагающего, что конкретные цели более низкого порядка обеспечивают достижение общих целей более высокого порядка иерархии [7, с. 241]. При этом конкретные цели всегда ориентированы на трансформацию отдельных элементов организации управления, а общие - на достижение соответствия элементов организации управления реализацией стратегии на каждом из уровней управления предприятием.

Целевой характер формирования и функционирования МОУРС предполагает создание системы критериев оценки результатов его работы. Как отмечалось выше, конкретность МОУРС

основывается на ситуативном подходе к формированию системы целей, а, следовательно, и критериев их достижения. Поэтому определение того, к какому состоянию необходимо привести каждый из элементов организации управления для достижения их соответствия друг другу может варьироваться.

Поиск и выбор методов воздействия на каждый из элементов организации управления реализацией стратегии при формировании и функционировании МОУРС является важной задачей. Так, воздействие на программу управления (первый элемент объекта управления МОУРС) как комплекс взаимосвязанных планов стратегических, тактических и оперативных действий для ее формирования или корректировки, возможно посредством применения механизмов стратегического и оперативного планирования. В качестве основных методов воздействия на структуру управления (второй элемент объекта управления формируемого механизма) необходимо рассматривать методы, проявляющиеся в виде организационного регламентирования, нормирования, организационно-методического инструктирования и проектирования [8, с. 97]. Совокупное использование этих методов может выражаться в форме применения различных структурных механизмов, к которым относят [2, с. 400]: механизм структуризации деятельности, позволяющий обеспечить ее адекватность целям; механизм структуризации организации, позволяющий формировать организационные структуры управления; механизм структуризации рынка, обеспечивающий, например, выделение стратегических зон хозяйствования, формирование франчайзинговых структур компании и т.д. Что касается технологий и технических средств управления (соответственно, третьего и четвертого элементов объекта управления МОУРС), то о специальных методах воздействия на них в целях изменения их состояния говорить нецелесообразно. Для каждой конкретной ситуации необходимо выбирать те технологии и технические средства управления, которые наиболее полно удовлетворяют сложившейся ситуации и позволят принимать и реализовывать адекватные им управленческие решения. Осуществление целенаправленного воздействия на состояние элементов объекта управления в целях их изменения в процессе функционирования МОУРС помимо рассмотренных методов требует привлечения различных ресурсов, что хорошо изучено. В частности, в [2, с. 113] работу механизма управления предлагается обеспечивать за счет использования материальных и финансовых ресурсов, а также социального и организационного потенциалов предприятия. Также следует отметить важность и информационных ресурсов.

Рассмотрев все элементы МОУРС, важной задачей является конкретизация процесса его формирования посредством разработки определенной последовательности действий (рис. 2).

Основой формирования МОУРС выступает общая стратегия развития предприятия. Начальным блоком действий по формированию МОУРС должна быть разработка программы управления, переход к которому осуществляется автоматически после того, как разработанная стратегия принимается к реализации. На этом этапе формируется дерево целей и задач для менеджеров всех уровней управления в рамках каждой из функциональных сфер деятельности предприятия, разрабатываются системы показателей для мониторинга их выполнения; определяется необходимая ресурсная база управления реализацией стратегии.

Следующий блок действий по формированию МОУРС предполагает разработку структуры управления реализацией стратегии. Он включает:

- идентификацию функций, подфункций и работ, необходимых для достижения поставленных целей и задач, с субъектами их выполнения;
- группировку персонала в организационные формирования по родственным работам, технологиям и квалификационным требованиям;
- формирование системы линейных и функциональных связей (отношений) между исполнителями, закрепление этих связей в соответствующей нормативно-правовой базе (положениях, должностных инструкциях);
- формирование мотивационной базы реализации стратегии.

Завершающим блоком действий по формированию МОУРС является блок разработки инструментария управления, целью которого выступает обеспечение субъектов всех уровней необходимым набором технологий и технических средств для принятия и реализации управленческих решений.

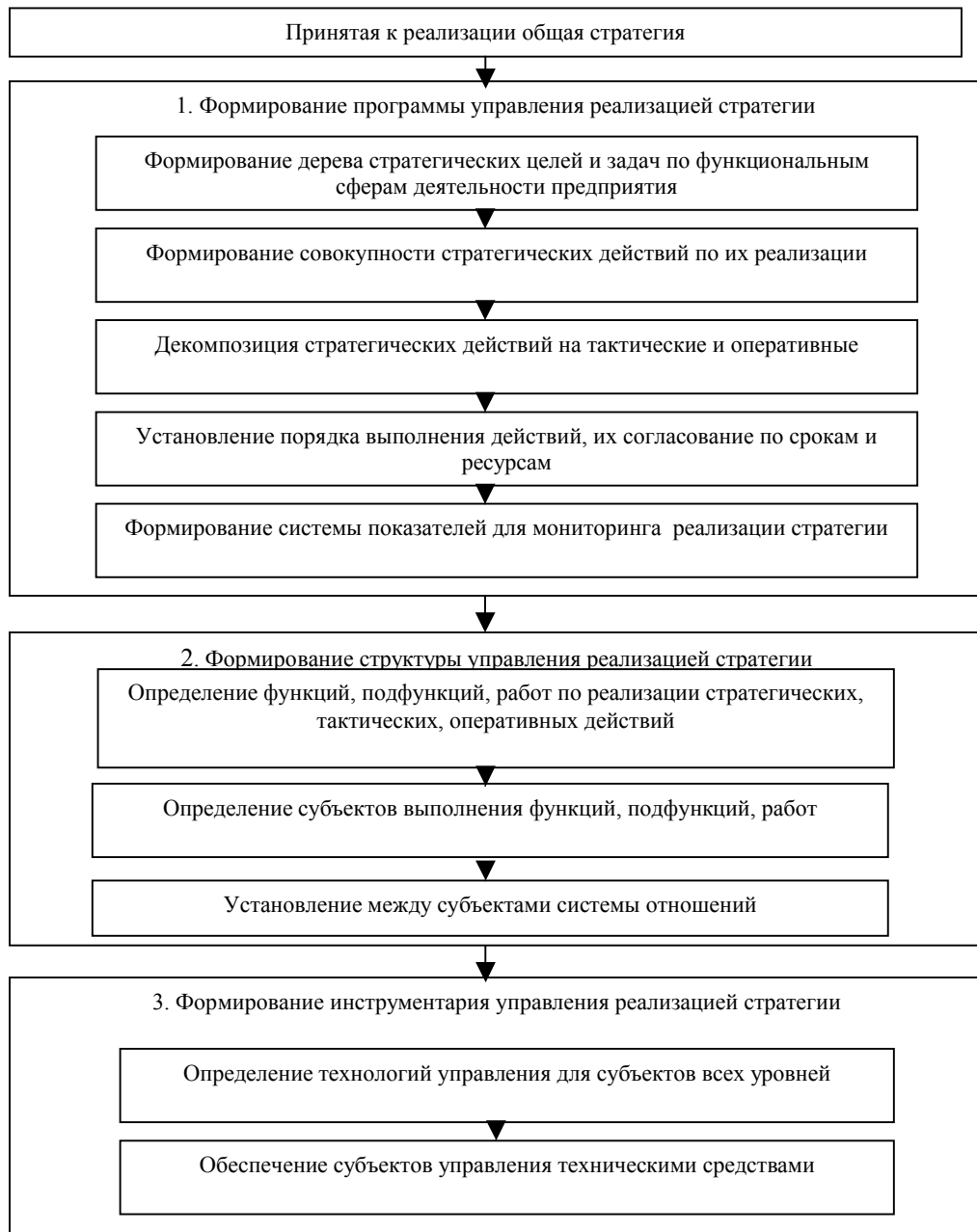


Рис. 2. Последовательность действий по формированию МОУРС

Рассмотренная последовательность действий по формированию МОУРС позволяет перейти к характеристике структуры самого механизма организации управления реализацией стратегии, которая представлена на рис. 3.



Рис. 3. Структура механизма организации управления реализацией стратегии на предприятии

Структура МОУРС должна включать четыре основных блока: подготовительный, базовый, исполнительский и мониторинговый. Подготовительный блок формирует программно-целевую и

ресурсную базу управления реализацией стратегии. Основными объектами данного блока выступают: цели, задачи, ресурсы и программа управления реализацией стратегии.

В рамках второго - базового блока МОУРС - решаются задачи организационно-структурного, нормативно-правового, мотивационного характера. Его цель – сформировать структуру и систему мотивации для исполнителей всех уровней управления, адекватных элементам первого блока механизма.

Третий - исполнительский блок ориентирован на обеспечение субъектов управления адекватными их функциям, полномочиям и ответственности управленческими технологиями и техническими средствами управления. Рассмотренные три блока должны иметь последовательное соединение.

Основной целью четвертого блока – блока мониторинга - является наблюдение за результатами работы созданного механизма. В его задачи входит отслеживание процесса поддержания соответствия элементов организации управления друг другу как внутри каждого из трех рассмотренных блоков, так и блоков элементов между собой. Решению этой задачи способствуют прямые и обратные связи блока мониторинга со всеми остальными блоками МОУРС.

Таким образом, механизм организации управления реализацией стратегии представляет собой совокупность управленческих элементов и способов их организационной, правовой, информационной и мотивационной поддержки, посредством использования которых осуществляется управление реализацией стратегии предприятия для достижения долгосрочных целей его развития. Разработанный МОУРС включает весь набор элементов, свойственных любому механизму управления. А структура взаимосвязей этих элементов отражает логическую последовательность действий при осуществлении процесса организации управления реализацией стратегии на предприятии.

Литература

1. Словарь иностранных слов. – 15-е изд., испр. – М.: Рус. яз., 1998. – 608 с.
2. Круглов М.И. Стратегическое управление компанией. Учебник для ВУЗов. – М.: Русская Деловая Литература, 1998. – 768 с.
3. Советский энциклопедический словарь/Научно-редакционный совет: А.М. Прохоров, М.С. Гиляров, Е.М. Жуков и др. – М.: «Советская Энциклопедия», 1980. – 1600 с.
4. 7 нот менеджмента. – 5-е изд., доп. – М.: ЗАО «Журнал Эксперт», ООО «Издательство ЭКСМО», 2002. – 656 с.
5. Золотогоров В.Г. Энциклопедический словарь по экономике. Мн.: Польша, 1997 – 571 с.
6. Организация и планирование строительного производства / Учеб. для строит. вузов / Л.Г. Дикман - М.: Издательство АСВ, 2003. – 512 с.
7. Воронкова А. Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация. Монография. – Луганск: Изд-во Восточноукраинского национального университета, 2000. – 315 с.
8. Кабушкин Н.И. Основы менеджмента: Учеб. пособие. – 2-е изд., испр. И доп. – М.: ТОО «Остожье»; Мн.: ООО «Новое знание», 1999. – 336 с.

РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ АКТИВНОСТИ В ТУРИЗМЕ

Главной целью рыночных реформ в Украине является ускорение темпов экономического роста. Осуществление этих реформ и интеграция национальной экономики в мировое хозяйство требуют выбора адекватных моделей устойчивого развития, применения инновационных механизмов и методов изучения рынка.

По мнению украинского ученого Д.П. Богини, модель переходного периода предусматривает привлечение необходимых ресурсов в процесс воспроизводства и их эффективное использование, активизацию предпринимательской деятельности, технологическое и структурное обновление товаропроизводства, повышение производительности труда. На этой основе ожидается увеличение личных и общественных доходов и накоплений как базы оживления и роста платежеспособного спроса и рынка [2, с. 64].

Поэтому очевидна необходимость принятия радикальных и действенных мер по изменению управления экономикой, трансформации функций и заданий управления как на макро-, так и на микроуровне.

Современная концепция государственного управления туризмом отличается ориентацией на достижение стратегических целей развития отрасли. В период становления системы рыночных отношений предусматривается, с одной стороны, расширение существующих экономических возможностей хозяйствующих субъектов, а с другой, ослабление административного давления на их деятельность. Достижение указанных изменений во внешней среде функционирования туристических предприятий требует комплексного реформирования используемых в настоящее время рычагов отраслевого механизма управления со всеми его структурно-функциональными элементами.

Вопросы определения сущности предпринимательской деятельности раскрыты в трудах российских ученых М.И. Круглова [4], В.В. Томилова [10] и украинского исследователя Б.П. Будзана [3]. Туристические предприятия должны овладевать предпринимательским стилем деятельности на рынке услуг, который нацелен на получение доходов путем наиболее полного удовлетворения потребителей за счет внедрения инноваций.

Современные экономические реалии значительно осложнили хозяйственную деятельность туристических предприятий. Возникли новые закономерности, требующие постоянного углубления теории и совершенствования практики. По существу, экономическое развитие туристических предприятий и сферы услуг в целом невозможно без предпринимательской инициативы, которая может исходить как от отдельной личности, так от группы лиц (руководителей, специалистов, рабочих).

Предприятие выступает на рынке как коллективный предприниматель, обладающий достаточно широкой самостоятельностью, доступом к ресурсам, способностями к нововведениям, свободным выбором направлений своей хозяйственной деятельности в зависимости от конъюнктуры рынка, собственных возможностей, давления конкурентов, общественности, государственной регуляции. При этом большинство современных исследователей проблемы активизации предпринимательской деятельности [4, 5, 8, 11] делает акцент только на получении прибыли, рассматривая это как конечную цель предпринимательства. Не отрицая данной концепции, заметим, что целесообразно также считать приоритетным максимальное удовлетворение потребностей клиентов.

Таким образом, основной целью данной работы является исследование базовых теоретических аспектов и определение основных категорий и понятий, связанных с предпринимательской деятельностью, а также разработка основных положений развития предпринимательской активности в туризме.

В течение последних десяти лет произошло незначительное увеличение вклада сферы услуг в валовой внутренний продукт Украины. Это было вызвано не только структурной перестройкой или изменением приоритетов в экономической политике государства, но и резким сокращением объемов производства промышленных отраслей. По данным Государственного комитета статистики Украины за 2000-2004 гг. значение этого показателя выросло почти на 2,6 процентных пункта и всего на 0,24 в туристической и курортной отраслях (с 1,32% до 1,56%) [7].

Увеличение доли сферы услуг в конечном общественном продукте сопровождается интенсификацией проникновения её капитала в другие отрасли и, наоборот, вливанием капиталов других отраслей в предприятия данной сферы. В то же время, активизация этого структурного звена экономики ведет к более тесному контакту между производителями услуг и их потребителями.

Рассматривая любую хозяйственную единицу в туризме как предпринимательскую, надо отметить, что в зависимости от механизмов активизации предпринимательской деятельности выделяют две современные модели развития предпринимательства: государственно-корпоративную и частнопредпринимательскую. Эти модели нашли свое проявление и в гостиничном хозяйстве Украины, посредством сосуществования таких форм предпринимательства, как монополия, охватывающая большие и средние предприятия (которые созданы в процессе приватизации, имеют значительный уставный капитал, облегченный доступ к кредитным ресурсам), и разные формы малого предпринимательства.

Структура сети туристических предприятий, основу которых составляют туроператоры и турагенты, а также предприятия гостиничного хозяйства (гостиницы, мотели, кемпинги и т.д.) в Украине значительно отличается от той, которая сложилась в туристически развитых странах мира. Прежде всего, это касается классификации предприятий по размеру и типу.

Идентификация субъектов ведения хозяйства по размеру в большинстве стран мира определяется по одному критерию – количеству работающего персонала. В отдельных странах существуют и дополнительные критерии: дифференциация предельной численности работников по секторам экономики (Япония и Россия), размер капитала (Япония), сумма активов и объем продаж (Корея), уровень использования энергетических ресурсов (Индия). В большинстве случаев критерий «численность работников» не имеет отраслевых отличий, хотя его количественные параметры неодинаковы в разных странах мира. Так, например, в США малым считается предприятие с численностью персонала до 500 лиц, в Италии – до 100 лиц (микропредприятия – до 20 лиц), в некоторых странах Центральной и Восточной Европы – от 30 до 50 лиц. С целью унификации этого понятия страны европейского Союза разработали шкалу критериев отнесения предприятий к малым по критерию количества работающих: микропредприятие – 1-9; малое предприятие – 10 – 99; среднее предприятие – 100 – 499; большое – более 500 [1].

Отечественное законодательство по вопросам регуляции малого бизнеса предусматривает два критерия: натуральный – среднесписочная численность всех работников и стоимостной – объем годового валового дохода. Понятно, что стоимостной критерий недостаточно удачен для характеристики объемов деятельности и интенсивности труда работников, поскольку зависит от многих факторов: постоянства экономического развития страны и присущих этому процессу уровней инфляции, вида рынка и уровня конкуренции на нем, отраслевой специфики предприятия, конъюнктуры рынка, вида продукции (товара, работ, услуг) и ее ценовых характеристик и т.п.

В условиях интеграции в Евросоюз необходимо внести уточнения в действующее законодательство в Украине, касающиеся критериев принадлежности предприятий к малому бизнесу, приблизив их к европейским стандартам и разработать механизм поддержки таких предприятий в соответствии с новыми критериями.

При этом большинство отечественных туристических агентств будет отнесено к группе микропредприятий, определенная часть туроператоров и туристических агентов, предприятий гостиничного хозяйства и других из инфраструктуры туризма – к малым, что обеспечит их критическую массу для создания конкурентной среды на рынке туристических услуг. Например, в странах Европы 75-85% гостиниц по размерам являются средними и малыми предприятиями. В отличие от мировых тенденций часть малых гостиниц в Украине является незначительной и составляет около 6-8% от общего количества средств размещения. По классификации Всемирной туристической организации, под малой гостиницей рекомендовано понимать предприятие с количеством номеров до тридцати, одновременно отмечая, что это определение является прерогативой каждой отдельной страны.

В контексте рассматриваемой проблемы будет уместно привести мнение российского ученого Г. Папиряна, который считает, что размер гостиницы – это не простая переменная, его можно определять посредством количества номеров во взаимосвязи с количеством персонала или количеством дополнительных предлагаемых средств. Например, гостиница может иметь небольшой номерной фонд, но предлагать большую территорию, иметь множество спортивных площадок [6]. Поэтому, на наш взгляд, не стоит соединять понятие «малый бизнес» и «малая гостиница». В первом случае речь идет о масштабах бизнеса, предпринимательства, во втором – о размерах гостиницы, которую, безусловно, следует использовать в процессе формирования предложения и влияния на технологии обслуживания, но регулироваться она должна внутриотраслевой документацией.

В. Ростоу, характеризуя факторы экономического роста, придавал особое значение склонности людей к инновациям, усовершенствованиям и потреблению. Р. Арон связывал рост с действием факторов, выражающих рационализацию, присущую постиндустриальному обществу: дух научности, дух экономического развития, дух прогресса, дух рационализируемого управления и демократии [9, с. 35]. Особенно это касается предприятий сферы туризма, поскольку только благодаря полному удовлетворению потребностей клиентов возможно повышение доходов предприятия. Следуя этой логике, Ф. Котлер писал: «менеджеры, которые любят считать быстрые прибыли, обсчитывают не только клиентов, но и собственную компанию». Аналогичной позиции придерживался и представитель Северной школы маркетинга услуг «Нордик скул» К. Гронрос. В частности, он отмечал, что завоевание нового клиента обходится в шесть раз дороже, чем добиться повторного привлечения существующего. А если клиент ушел неудовлетворенным, то его завоевание будет стоить в 25 раз дороже [12].

Синтез разных взглядов на этот вопрос показал, что научные работники, в большей части, трактуют природное поведение как консервативное, а предпринимательское – как агрессивное, ориентированное на рост. Первому свойственна ментальность работников «от прошлого к будущему», второму – «от будущего к настоящему». Следовательно, вполне правомочным является предположение, что возникновение предприятий предпринимательского типа обусловлено объективными тенденциями социально-экономического развития. По мнению М. Пайпера, предприятия, столкнувшись с нарастающим внутренним и внешним давлением, начинают экспериментировать с новыми методами управления с целью собственного выживания и развития. Исходя из такой позиции можно считать, что сущность современной концепции развития предприятий сферы туристических услуг заключается в сознательном отходе от управленческого рационализма, от первичного убеждения, что успех предприятия определяется, прежде всего, рациональной организацией производства и реализации услуг, снижением расходов, повышением производительности труда и эффективным использованием ресурсов.

Известно, что традиционный подход допускал рассмотрение предприятия как закрытой системы, цель и задание которой остаются стабильными в течение длительного периода времени. Эта концепция оправдала себя на предыдущих этапах эволюции предпринимательской деятельности. Сегодня приоритетная идея развития предприятий туризма должна базироваться на системных и ситуационных подходах к управлению. Мы считаем их самым важным методологическим положением относительно формирования стратегии развития. В частности, необходимость использования системного подхода основывается на понимании того, что предприятие при этом рассматривается как сложная социально-экономическая, динамическая, открытая система, а главные предпосылки успеха деятельности находятся не только в середине, но и за его границами.

Успех предприятия связывается с тем, насколько гибко предприятие приспосабливается к влиянию факторов внешней среды. Сумеет ли предприятие своевременно распознать угрозы для своего существования, будет ли устойчиво к «ударам судьбы», не потеряет ли возникающие у него возможности, сможет ли получить максимальную выгоду из этих возможностей – вот главные критерии эффективности всей системы управления, по отношению к которым внутренняя рациональность организации производственного процесса и управления отходят на второй план. Это предопределяет использование ситуационного подхода в процессе формирования стратегических путей развития. Данный подход акцентирует внимание на исследовании конкретного набора обстоятельств, которые влияют на функционирование конкретного предприятия, как предпосылка определения адекватных направлений развития. Отсюда и выбор соответствующих методов управления, тесно связанных с уровнем стабильности внешней среды. Это прежде всего касается предприятий сферы туризма, особенно чувствительных к сигналам внешней среды. В современных экономических условиях для активизации функционирования и создания основ развития предприятий туристической индустрии назрела необходимость «стратегического мышления», свойственного предприятиям с предпринимательским форматом хозяйственной деятельности.

Стратегическое инновационное мышление требует от предпринимателей умения оценки разных сегментов окружения; четкой формулировки главных рычагов развития; определения способов деятельности, обеспечивающих предприятию устойчивое развитие.

Официально считается, что в научный обиход термин «инновация» ввел австриец И. Шумпетер, предложив при этом классификацию нововведений по конечному результату: продуктовые, технологические, сырьевые, организационные, сбытовые. Согласно его теории, инновация - это то нововведение, практическое использование которого приводит к новой производственной функции. По Шумпетеру, при реализации научно-технических нововведений существует три основные стадии: изобретательство – нововведение – диффузия. Он обосновал колебания экономической конъюнктуры прерывистостью потока нововведений, которые вызваны, в свою очередь, колебаниями капитальных

вложений. И. Шумпетер, впервые связал понятие инноваций и предпринимательства: «предприниматель инициирует изменения и создает новые возможности». Он был одним из первых, кто начал использовать систему оценки качественного уровня нововведений, что послужило основой для последующего определения такого понятия, как «инновационная политика предприятия».

В последние годы в экономической литературе, посвященной вопросам предпринимательства, в понятие инноваций включают получение принципиально новых технологических решений, а также более скромные по своей цели: диверсификацию ассортимента продукции и услуг, совершенствование технологий, методов и способов работы. Инновация может заключаться в изменении производимых продуктов, производственных процессов, новых подходах в маркетинге и новых формах организации. С точки зрения предпринимательской практики в индустрии туризма важно рассматривать инновации шире, чем сугубо технологические нововведения, и учитывать, что они могут оказываться, прежде всего, комплексом взаимосвязей между составными элементами туристической системы (гостиничные предприятия, предприятия питания, заведения развлечений, транспортное обслуживание и информация). Если отсутствует какой-либо элемент, который не удовлетворяет туристический спрос, стратегическая цель инноваций в туризме не может быть достигнута.

В последнее время в трактовке инноваций начали применять рыночные и организационные подходы (расширение круга потребителей / клиентов), деловые и экономические (использование ресурсов с обеспечением максимально высокого уровня конкурентоспособности). Наиболее распространенная точка зрения касается экономического развития. Она сводится к тому, что развитие рассматривается с позиции организационно-технических изменений и обеспечения за счет этого роста объема предоставленных услуг, введения новых мощностей, внедрения новой техники. Важность этой тенденции не вызывает сомнения. Однако в отрасли туризма не уделяется достаточного внимания необходимости обеспечения стабильного экономического роста и финансовой устойчивости в условиях инициативного ведения хозяйства, повышению роли предпринимательского дохода и использования возможностей собственной ресурсной базы.

Краткий анализ особенностей развития предпринимательской деятельности в туризме свидетельствует о необходимости государственного регулирующего вмешательства в развитие предпринимательской активности на разных иерархических уровнях. Важнейшими составляющими направления совершенствования, с нашей точки зрения, являются следующие:

- формирование специального правового поля деятельности субъектов малого предпринимательства в сфере туризма;
- сведение к минимуму установленного срока регистрации вновь создаваемых туристических предприятий, а также количества этапов и бюрократических препятствий на этом пути;
- предоставление поддержки в процессе формирования стартового капитала для открытия новых туристических предприятий;
- содействие разработке и внедрению на отечественном рынке туристических услуг прогрессивных технологий обслуживания;
- формирование инфраструктуры поддержки и развития малого предпринимательства в туристической отрасли и социально ориентированных видов туризма (детского, семейного, молодежного);
- содействие в получении предприятиями сферы туризма производственных помещений (зданий) и оборудования, необходимых для осуществления предпринимательской деятельности;
- предоставление субъектам туристической деятельности аудиторских, юридических и информационных услуг;
- исключение из базы налогообложения прибыли, направляемой на строительство, реконструкцию, накопление и обновление основного капитала, освоение новой техники и технологии;
- обеспечение своевременного приведения стоимости основных фондов и объемов амортизационных отчислений предприятий индустрии туризма в соответствие с реальными ценами воспроизведенного капитала;
- максимальное упрощение процедуры переоценок основных фондов;
- использование инвестиционного потенциала банковских и других коммерческих структур посредством создания для них льготных условий налогообложения в случае широкомасштабного вложения средств в проекты развития предприятий сферы туризма;
- совершенствование системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров для гостиничного хозяйства и туризма;
- финансовая поддержка инновационных проектов.

Реализация данных предложений, на наш взгляд, даст возможность значительно повысить уровень активизации предпринимательства в сфере туризма.

Литература

1. Андреева Н. Малые гостиницы: один в поле не воин // Отель.– 2000.– № 4.– С. 33–34.
2. Богиня Д.П. Макроекономічні аспекти антикризового регулювання економіки України // Стратегія економічного розвитку України.– 2000.– № 2-3. – С. 60–71.
3. Будзан Б. Менеджмент в Україні: сучасність і перспективи.– К.: Основи, 2001.– 349 с.
4. Круглов М.И. Стратегическое управление компанией: Учебник для ВУЗов.– М.: Русская деловая литература, 1998. – 768 с.
5. Крупанин А.А. Основы предпринимательства.– М.: Изд-во МГТУ, 1993.–177 с.
6. Папирян Г.А. Менеджмент в индустрии гостеприимства (отели и рестораны).– М.: ОАО НПО Изд-во Экономика, 2000. – 207 с.
7. Про стан та перспективи розвитку туризму в Україні (інформаційно-аналітичний матеріал до парламентських слухань).– К.: КІТЕП, 2000.– 87 с.
8. Радаев В.В. Экономическая функция и психологический аспект предпринимательства. – М.: РЭНС, 1995. – 90 с.
9. Сизоненко В.О. Підприємництво: Підручник. – К.: Вікар, 1999.
10. Томилов В.В. Культура предпринимательства. – СПб.: Питер, 2000. – 368 с.
11. Шпак В. Особенности малых предприятий в Украине и за границей // Персонал.- 2003.- № 6.- С. 78-83
12. Gronroos K. Service Management and Marketing: Managing the moment of truth in the service sector. – Cambridge, Mass: Marl Institute, 1990.– 648 p.

УДК 338.5 (477.75)

Рогатенюк Э.В.

ОСОБЕННОСТИ МЕХАНИЗМА ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В РЕКРЕАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ КОМПЛЕКСЕ РЕГИОНА

В условиях трансформации экономики Украины и реформирования системы государственного управления на региональном уровне возникает необходимость в совершенствовании методики стоимостной оценки рекреационного продукта как результата деятельности рекреационно-экономического комплекса региона. При этом необходимо учитывать, что цена в условиях рыночной экономики играет роль не только показателя, оценивающего результаты деятельности хозяйствующих субъектов, но и инструмента, позволяющего воздействовать как на состояние их внутренней среды, так и на адаптацию к изменяющейся внешней среде. Для того, чтобы использование данного экономического инструмента было эффективным, необходимо конкретизировать механизм его действия, что и является предметом данного исследования.

Следует отметить, что изучением сущности механизма ценообразования в условиях трансформационной экономики занимаются многие ученые, специалисты. Однако, несмотря на достаточно большое количество публикаций, вопросы моделирования механизма ценообразования применительно к рекреационно-экономическому комплексу региона исследованы недостаточно.

Целью данной статьи является рассмотрение основных положений, описывающих механизм ценообразования в рекреационно-экономическом комплексе региона.

Исходя из сущности механизма ценообразования, при разработке его экономико-математической модели в качестве информационной базы использовались результаты опроса, проведенного в мае-октябре 2003 г. по анкете, разработанной автором статьи. Респондентами выступили сотрудники курортно-рекреационных и туристско-рекреационных предприятий Центрального, Южного, Юго-Восточного, Восточного, Западного и Северо-Западного районов Крыма, непосредственно занимающиеся ценообразованием. Они представили отчеты о результатах своей деятельности Управлению экономики и финансов Министерства курортов и туризма АР Крым (табл. 1).

Анализ результатов анкетного опроса показал, что вопросами ценообразования на услуги, оказываемые рекреационными предприятиями, занимаются высококвалифицированные специалисты (в основном бухгалтера и экономисты), имеющие необходимые знания и опыт работы в данной области.

Таблица 1. Количество рекреационных предприятий АР Крым, принимавших участие в анкетном опросе в мае – октябре 2003 г.

Рекреационные предприятия	Количество предприятий, имеющих лицензию	Количество работающих предприятий	Количество предприятий, предоставивших отчеты	Количество опрошенных предприятий	Уд. вес опрошенных предприятий по отношению к предприятиям, предоставившим отчеты
Курортно-рекреационные	630	587	524	79	16%
Туристско-рекреационные	1221	1074	852	96	11%
Всего:	1851	1658	1376	175	13%

Кроме этого, независимо от организационно-правовой формы хозяйствования и направлений рекреационно-экономической деятельности большинство опрошенных предприятий оценили свое рыночное состояние как «нормально устойчивое», а среди мероприятий, оказывающих наибольшее влияние на рыночный успех, отметили ценовую политику.

В районах АР Крым выявленные тенденции не нарушаются. Следовательно, можно заключить, что большинством рекреационных предприятий в качестве важного элемента стратегии рыночного успеха признана ценовая политика, представляющая собой комплекс мероприятий, направленных на поддержание оптимального уровня и структуры цен с учетом специфики рекреационного продукта с целью достижения максимально возможного успеха. При этом под ценой на рекреационный продукт понимается денежное выражение комплекса ценообразующих факторов, действующих в определенный момент времени [2, с. 560-561], а механизм ценообразования, по сути, представляет собой способ учета в цене этих факторов с помощью определенных методов для реализации целей, выбранных предприятием в качестве приоритетных [3, с. 22].

При построении модели, описывающей механизм ценообразования в рекреационно-экономическом комплексе региона, необходимо:

1) выбрать факторные признаки (входные переменные) – совокупность факторов, оказывающих наибольшее влияние на уровень и структуру цен на рекреационный продукт (табл. 2);

2) определить результативные (выходные) переменные – совокупность целей, которые стремятся реализовывать рекреационные предприятия с помощью цен (табл. 3) и которые включаются в целевую функцию – систему целей предприятия, ранжированных по различным критериям и признакам;

3) с помощью корреляционного анализа [4, с. 77-85] определить наличие, силу связей между изучаемыми ценообразующими факторами и целями предприятия, а также внутри наборов этих факторов и целей путем исчисления показателей связи: линейных коэффициентов парной корреляции, частных коэффициентов корреляции, коэффициентов множественной корреляции, коэффициентов множественной детерминации;

4) на основе регрессионного анализа [4, с. 86-97] построить уравнения связи между факторными и результативными признаками, на основе анализа значений коэффициента t -статистики (который имеет распределение Стьюдента) и F -критерия (который имеет распределение Фишера) проверить на значимость полученные коэффициенты регрессии.

Аналитически изучение механизма зависимости между факторными признаками и результативными переменными может выражаться с помощью уравнений множественной линейной регрессии, которые в нашем случае имеют вид:

$$Y = F(X),$$

где $X = \{x_1, x_2, \dots, x_{10}\}$ – факторные признаки (ценообразующие факторы);

$Y = \{Y_1, Y_2, \dots, Y_{11}\}$ – результативные признаки (цели рекреационных предприятий).

Необходимо отметить, что при построении модели механизма ценообразования на рекреационный продукт региона в качестве входных переменных (табл. 2) использовались только те факторы, влияние которых на уровень, состав и структуру цен можно было выявить и количественно оценить. Поэтому в модели в качестве входных переменных не учтены следующие ценообразующие факторы: наличие, освоенность и технологические параметры природных рекреационных ресурсов; уровень экологической безопасности, политическая обстановка в стране и регионе, и др.

Анализ результатов опроса показал, что большинством рекреационных предприятий из десяти предложенных ценообразующих факторов (табл. 2) были выбраны спрос (x_1), налоги и другие обязательные платежи (x_{10}), качество оказываемых услуг (x_2).

Таблица 2. Факторы ценообразования, используемые в модели в качестве входных переменных (факторные признаки)

Наименование фактора	Характеристика фактора	Показатели
Блок 1. Ценоопределяющие факторы		
x_1 – спрос	желание и способность приобретать определенные рекреационные услуги	объем и величина, состав и структура спроса
x_2 – качество услуги	наличие свойств, позволяющих идентифицировать рекреационные услуги	соответствие национальным и международным стандартам качества
x_3 – полезность услуги для потребителя	степень удовлетворения потребностей рекреантов	эффект насыщения
x_4 – емкость рынка	объем производственных мощностей	рекреационные потоки
x_5 – заменяемость и сочетаемость потребностей в продукте	комплексность и полифункциональность рекреационного продукта	состав и структура рекреационного продукта
x_6 – потребности и их структура	возможность удовлетворения потребностей рекреантов в зависимости от свободного времени, располагаемого дохода, рекреационных ресурсов	состав и структура, уровень и степень удовлетворения потребностей
Блок 2. Ценоформирующие факторы		
x_7 – затраты на производство услуг	затраты, осуществляемые рекреационными по назначению предприятиями и туроператорами, связанные с производством (созданием и формированием) рекреационного продукта	объем и величина, состав и структура производственных затрат
x_8 – затраты на реализацию услуг	затраты, осуществляемые в основном туроператорами и турагентами, связанные с реализацией (продажей и исполнением) рекреационного продукта	объем и величина, состав и структура затрат на реализацию
x_9 – прибыль	конечный финансовый результат деятельности рекреационных предприятий	масса прибыли, рентабельность
Блок 3. Ценорегулирующие факторы		
x_{10} – налоги и другие обязательные платежи	прямые и косвенные налоги, рентные платежи, отчисления в целевые фонды и др.	ставка и уровень обязательных платежей, сроки и порядок их уплаты

Сотрудники курортно-рекреационных предприятий кроме перечисленных факторов отметили важность затрат на производство (оказание) услуг (x_7) (рис. 1). Именно эти факторы, по мнению респондентов, являются определяющими при реализации стратегии достижения рыночного успеха.

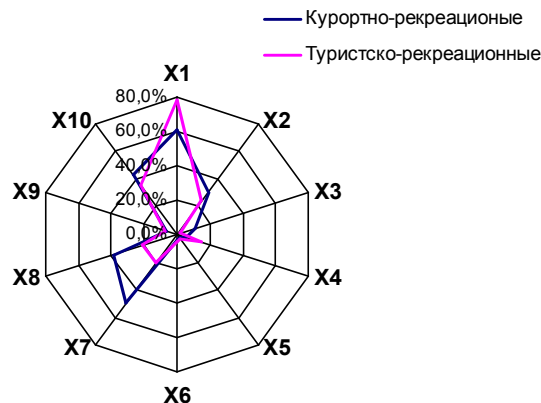


Рис. 1. Распределение факторов, оказывающих наибольшее влияние на уровень и структуру цен на рекреационный продукт

Для описания результативного признака выбрана целевая функция рекреационных предприятий, включающая одиннадцать целей, на выбор которых оказывают влияние определенные факторы (табл. 3).

Таблица 3. Цели предприятия, используемые в модели в качестве выходных переменных (результативные признаки)

Цели предприятия	Факторы, оказывающие влияние на выбор цели предприятия	Показатели
Блок 1. Цели, основанные на прибыли		
Y_1 – получение прибыли	<ul style="list-style-type: none"> увеличение спроса на выпускаемую предприятием продукцию (оказываемые услуги), рост доходов (платежеспособности) населения, увеличение объемов производства, появление новой продукции, не имеющей аналогов на рынке, доминирующее положение предприятия на рынке 	абсолютное значение чистой прибыли
Y_2 – максимизация прибыли	<ul style="list-style-type: none"> сезонный характер производства, короткий производственный цикл, сверхмодная продукция, производимая предприятием 	темпы роста чистой прибыли
Y_3 – оптимизация прибыли	<ul style="list-style-type: none"> сезонный характер производства, усиление конкуренции на рынке, колебание цен на ресурсы 	рентабельность деятельности предприятия
Y_4 – быстрое получение наличных денег	<ul style="list-style-type: none"> наличие завоеванной доли (сегмента, ниши) рынка, налаженное производство, наличие налаженной торговой сети 	оборачиваемость готовой продукции, ликвидность предприятия
Y_5 – окупаемость инвестиций	<ul style="list-style-type: none"> освоение новых технологий, расширение производства, модернизация производства, реструктуризации производства 	рентабельность инвестиций
Блок 2. Цели, основанные на объемах продаж		
Y_6 – завоевание доли рынка	<ul style="list-style-type: none"> необходимость освоения нового рынка, выпуск новой (модернизированной) продукции 	объем реализации продукции
Y_7 – расширение доли рынка	<ul style="list-style-type: none"> выпуск новой (модернизированной) продукции, усиление конкуренции на рынке 	темпы роста объема реализованной продукции
Y_8 – максимизация объемов продаж	<ul style="list-style-type: none"> увеличение спроса на продукцию предприятия, выпуск новой (модернизированной) продукции, сезонный характер производства 	темпы роста выручки от реализации готовой продукции
Y_9 – оптимизация объемов продаж	<ul style="list-style-type: none"> необходимость учета специфики производства, необходимость учета сезонности производства, налаженное производство, необходимость закрепления завоеванной доли (сегмента, ниши) рынка 	качественный состав выпускаемой продукции, стабильные темпы роста выручки от реализации
Блок 3. Цели, основанные на имидже предприятия		
Y_{10} – создание имиджа предприятия	<ul style="list-style-type: none"> доминирующее положение предприятия на рынке, модернизация предприятия, ведущая к изменению некоторых характеристик продукции 	рост расходов на охрану окружающей среды, рост социальных расходов, спонсорство и т.п.
Y_{11} – поддержание имиджа предприятия	<ul style="list-style-type: none"> производство уникальной продукции, работа с крупными потребителями 	

Из одиннадцати целей, реализуемых с помощью ценообразования (табл. 3), рекреационные предприятия наиболее важными назвали получение прибыли (Y_1), создание и поддержание имиджа (Y_{10} и Y_{11}) (рис. 2).

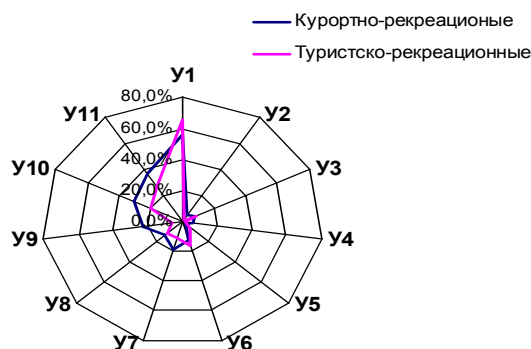


Рис. 2. Распределение целей предприятия, реализуемых с помощью цены

Проведенный анализ распределения ценообразующих факторов и целей рекреационных предприятий визуально подтверждает наличие связей между ними. Для проверки правильности данной гипотезы был проведен корреляционно-регрессионный анализ.

Согласно теории статистики, в регрессионную модель могут быть включены только те факторные признаки, которые не связаны между собой, но связаны с результативными признаками. Сильная связь между факторными признаками (мультиколлинеарность) свидетельствует о том, что они характеризуют одну и ту же сторону изучаемого явления и в своем влиянии на результативный признак дублируют друг друга [4, с. 82]. Поэтому для изучения связей внутри набора факторных признаков (x_1-x_{10}) по формуле [1, с. 137-138] были рассчитаны линейные коэффициенты парной корреляции, значения которых сравнивались с граничными. Анализ показал, что между большинством факторных признаков связи практически нет и, следовательно, все они являются статистически независимыми (неколлинеарными) и могут быть использованы в модели.

Для выявления силы связи между результативными (Y_1-Y_{11}) и всеми входными переменными (x_1-x_{10}) по формуле [5, с. 112] были рассчитаны коэффициенты множественной корреляции. Их значения больше полученных ранее коэффициентов парной корреляции. Это означает, что все факторы в совокупности в большей степени влияют на результат, чем отдельно каждый из них. Следовательно, можно сделать окончательный вывод о необходимости включения в модель механизма ценообразования в рекреационно-экономическом комплексе региона в качестве входных переменных всей совокупности ценообразующих факторов и целесообразности построения уравнений множественной линейной регрессии.

Наиболее известными методами построения уравнений множественной линейной регрессии являются: метод всех возможных регрессий, метод исключений, пошаговый метод [5, с. 117]. Поскольку построение всего множества моделей не представляется возможным (их $2^{10}=1024!$), искомые уравнения были получены методом исключений и пошаговым методом. Так как в этих уравнениях значения коэффициентов t -статистики и критерия Фишера не превышают критические [1, с. 139], то их можно считать статистически значимыми – адекватно описывающими взаимосвязи между ценообразующими факторами (x_1-x_{10}) и целями (Y_1-Y_{11}) рекреационных предприятий.

Итак, полученные модели механизма ценообразования на рекреационный продукт региона описываются следующими уравнениями множественной регрессии:

- 1) для курортно-рекреационных предприятий (КРП):

$$\begin{aligned} Y_1 &= 0,435 - 0,59 x_5 + 0,317 x_{10} , \\ Y_3 &= 0,009 + 0,315 x_5 + 0,116 x_8 + 0,235 x_{10} , \\ Y_4 &= 0,053 + 0,197 x_4 , \\ Y_5 &= -0,005 - 0,22 x_6 + 0,061 x_8 + 0,244 x_9 , \\ Y_6 &= 0,144 - 0,42 x_6 + 0,452 x_9 , \\ Y_7 &= -0,035 + 0,191 x_1 + 0,22 x_7 , \\ Y_8 &= 0,10 + 0,344 x_5 , \\ Y_9 &= 0,076 + 0,939 x_5 + 0,178 x_7 + 0,17 x_8 - 0,38 x_9 , \\ Y_{10} &= 0,096 + 0,223 x_2 + 0,274 x_3 - 0,6 x_5 + 0,288 x_{10} , \\ Y_{11} &= 0,169 + 0,304 x_2 + 0,274 x_2 + 0,152 x_6 + 0,175 x_7 ; \end{aligned}$$

- 2) для туристско-рекреационных предприятий (ТРП):

$$\begin{aligned} Y_1 &= 0,78 - 0,19 x_2 - 0,28 x_4 - 0,78 x_6 , \\ Y_2 &= 0,02 - 0,03 x_{10} , \\ Y_3 &= -0,06 + 0,12 x_2 - 0,51 x_3 + 1,06 x_6 + 0,12 x_7 + 0,17 x_8 + 0,32 x_9 , \\ Y_4 &= 0,05 + 0,45 x_3 , \\ Y_5 &= 0,04 + 0,39 x_3 + 0,07 x_7 , \\ Y_6 &= 0,13 + 0,87 x_3 + 0,25 x_4 + 0,12 x_8 , \\ Y_7 &= -0,2 + 0,19 x_1 + 0,17 x_2 + 0,10 x_4 + 0,20 x_7 + 0,19 x_8 , \\ Y_8 &= 0,08 + 0,17 x_7 , \\ Y_9 &= 0,01 + 0,19 x_9 + 0,10 x_{10} , \\ Y_{10} &= 0,12 + 0,26 x_2 + 0,62 x_3 , \end{aligned}$$

$$Y_{11} = 0,16 + 0,32x_5 + 0,84x_6 + 0,18x_8 + 0,38x_9.$$

Анализ полученных уравнений показал, что для реализации цели «получение прибыли» (Y_1) КРП необходимо учитывать возможность заменяемости и сочетаемости потребностей в комплексном полифункциональном рекреационном продукте (x_5), а также снижение налогового бремени (x_{10}). Коэффициент множественной детерминации (R^2) равен 0,364 – это означает, что на 36,4% вариация « Y_1 » объясняется вариацией факторов x_5 , x_{10} и на 63,6% вариацией прочих неучтенных в модели факторов. ТРП для реализации цели «получение прибыли» необходимо учитывать качество оказываемых ими услуг (x_2), емкость рынка (x_4), уровень и структуру потребностей рекреантов (x_6). При этом $R^2 = 0,403$, то есть данные факторы обеспечивают ТРП реализацию поставленной цели на 40,3%, а неучтенные в модели – на 59,7%.

Максимизация прибыли как цель (Y_2) не включается в целевую функцию КРП, поскольку услуги по лечению и оздоровлению граждан относятся к социально значимым, поэтому цены на них в большинстве случаев устанавливаются государством на уровне, едва покрывающем совокупные затраты, а оплата путевок (инвалидам, многодетным матерям и др.) осуществляется из Государственного фонда общегосударственного социального страхования по временной потере трудоспособности и расходам, обусловленными рождением и погребением. Получение ТРП максимальной прибыли (Y_2) зависит только от размера налогов и других обязательных платежей (x_{10}). При этом $R^2 = 0,076$, то есть данные факторы обеспечивают реализацию поставленной цели всего лишь на 7,6%, а неучтенные в модели – на 92,4%. Таким образом, можно заключить, что существует малая вероятность реализации данной цели с помощью указанных респондентами факторов.

Для оптимизации прибыли (Y_3) КРП предприятиям необходимо учитывать возможность заменяемости и сочетаемости потребностей в рекреационном продукте (x_5), возможность снижения налогового бремени (x_{10}) и величину затрат на реализацию (продажу, исполнение) рекреационного продукта (x_8). Поскольку $R^2 = 0,417$, то данные факторы на 41,7% обеспечивают реализацию поставленной цели, а неучтенные – на 58,3%. ТРП для оптимизации прибыли необходимо учитывать качество оказываемых ими услуг (x_2), их полезность для рекреантов (x_3), непосредственно потребности рекреантов (x_6), затраты на производство (x_7) и реализацию (x_8) услуг, а также размер прибыли, закладываемый в цену услуги (x_9). При этом $R^2 = 0,861$, то есть выбранные респондентами ценообразующие факторы на 86,1% обеспечивают ТРП получение оптимальной прибыли, что свидетельствует о правильности сделанного выбора.

Быстрое получение наличных денег (Y_4) для КРП на 17,7% зависит от емкости здравниц региона (x_4), а для ТРП – на 26,4% от полезности оказываемых ими туристских услуг (x_3). Если КРП выбирают цель «окупаемость инвестиций» (Y_5), то им необходимо учитывать состав и структуру рекреационных потребностей (x_6), величину, состав и структуру затрат на реализацию рекреационного продукта (x_8), а также величину прибыли, закладываемую в цену рекреационного продукта (x_9). Данные факторы на 39,6% обеспечивают реализацию поставленной цели. Для ТРП окупаемость инвестиций (Y_5) на 28,8% зависит от двух факторов: полезности оказываемых ими услуг (x_3) и затрат на их производство (x_7).

Возможность завоевания КРП определенной доли рынка (Y_6) на 29,8% зависит от состава и структуры потребностей рекреантов (x_6), а также от величины закладываемой в цену прибыли (x_9). Для ТРП реализация цели «завоевание доли рынка» (Y_6) на 43,5% зависит от полезности услуг (x_3), емкости рынка (x_4) и затрат, связанных с реализацией туристских услуг (x_8).

Для реализации цели «расширение доли рынка» (Y_7) КРП необходимо, в первую очередь, учитывать объем, структуру и величину спроса на рекреационные услуги (x_1), а также величину, состав и структуру затрат, связанных с производством (оказанием) рекреационных услуг (x_7). Данные факторы на 38% обеспечивают реализацию поставленной цели. ТРП для реализации цели «расширение доли рынка» необходимо учитывать фактор спроса (x_1), уровень качества оказываемых ими услуг (x_2), емкость рынка (x_4), величину затрат на производство (x_7) и реализацию (x_8) услуг. При этом $R^2 = 0,498$, то есть выбранные респондентами факторы на 49,8% обеспечивают реализацию поставленной цели.

Для максимизации объема реализации услуг (Y_8) КРП необходимо учитывать только возможность заменяемости и сочетаемости потребностей в услуге (x_5), а ТРП – уровень и структуру затрат на производство услуг (x_7). Данные факторы обеспечивают реализацию поставленной цели на 31,6% и 21,8% соответственно. Достижение оптимального объема реализации услуг (Y_9) КРП на 43,2% зависит от факторов: комплексности рекреационного продукта (x_5), затрат на его производство (x_7) и реализацию (x_8), а также от размера прибыли, закладываемой в цену рекреационного продукта (x_9). Оптимизация объемов продаж ТРП на 32,1% зависит от размера прибыли, закладываемой в цену (x_9), и размера налогов и других обязательных платежей (x_{10}).

Анализ моделей показал, что создание и поддержание имиджа является важной целью для рекреационных предприятий. Так, на создание имиджа (Y_{10}) КРП оказывают влияние качество услуг (x_2) и их полезность для потребителя (x_3), комплексный характер рекреационного продукта (x_5) и, конечно же, уровень налогов и обязательных платежей, уменьшающих размер чистой прибыли, остающейся в распоряжении предприятий (x_{10}). При этом $R^2 = 0,454$ – это означает, что выбранные факторы на 45,4% обеспечивают реализацию поставленной цели. Имидж ТРП также зависит от качества услуг (x_2) и их полезности (x_3). Значение R^2 свидетельствует о том, что данные факторы на 39,7% обеспечивают реализацию цели «создание имиджа».

На поддержание имиджа (Y_{11}) КРП работают следующие факторы: уровень качества оказываемых им услуг (x_2), потребности рекреантов и их структура (x_6), затраты на производство (создание и формирование) услуг (x_7). Они на 44,7% обеспечивают реализацию данной цели. А сохранение имиджа ТРП на 49,5% зависит от комплексности туристского продукта (x_5), потребностей в услугах, включаемых в его состав (x_6), затрат на реализацию турпродукта (x_8) и прибыли, закладываемой в его цену (x_9).

В целом анализ полученных моделей, описывающих механизм ценообразования в рекреационно-экономическом комплексе крымского региона, позволяет сделать следующие выводы:

1) практически во всех уравнениях множественной регрессии коэффициенты детерминации не превышают значение 0,50, что объясняется невозможностью учета механизма действия всех факторных признаков для курортно-рекреационных и туристско-рекреационных предприятий региона в целом с учетом специфики районов;

2) для рекреационных предприятий цена, в первую очередь, выступает в качестве показателя, оценивающего результаты их деятельности, а затем – стратегического инструмента, позволяющего воздействовать на их рыночное состояние;

3) значимыми для рекреационных предприятий являются все три блока факторов: ценоопределяющие, ценоформирующие и ценорегулирующие, обеспечивающие соответственно реализацию целей, основанных на прибыли, на объеме продаж и имидже предприятия;

4) большинство рекреационных предприятий продолжают использовать затратные методы ценообразования, рыночные и параметрические методы ценообразования используются реже и в основном туристско-рекреационными предприятиями.

В дальнейшем следующим этапом исследования может стать построение и анализ моделей, описывающих механизм ценообразования на рекреационный продукт по районам АР Крым с учетом их специфики.

Литература

1. Вашків П.Г. та ін. Статистика підприємства: Навч. посібник / П.Г. Вашків, П.І. Пастер, В.П. Сторожук, Є.І. Ткач; за ред. П.Г. Вашківа, В.П. Сторожка. - К.: "Слобожанщина", 1999. - 600 с.
2. Рогатенюк Э.В. Анализ теоретических подходов к классификации ценообразующих факторов // Экономика: проблемы теории та практики. Збірник наукових праць. Випуск 189: В 5 т. Том II. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2004. – С. 560–570.
3. Рогатенюк Э.В. Механизм ценообразования трансформационной экономики // Экономика Крыма. – 2004. – № 12. – С. 21–24.
4. Тарасевич В.М. Экономико-математические методы и модели в ценообразовании: Учебник. Ч.І. - Л.: Изд-во ЛФЭИ, 1991. - 180 с.
5. Фещур Р.В., Барвінський А.Ф., Кічор В.П., Статистика: Навчальний посібник. - Львів: "Інтелект-Захід", 2001. - 276 с.

УДК 338.48

Калькова Н.Н.

ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЗАВИСИМОСТИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕКРЕАЦИОННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ОТ УРОВНЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ

Развитие рыночных отношений в Украине, изменение хозяйственной среды предприятий, связанное с усилением конкуренции на внутреннем и внешнем рынках обуславливает необходимость совершенствования подходов к конкурентному управлению фирмой. Именно это определяет стремление предприятий (в том числе и рекреационных) производить конкурентоспособные товары и услуги и, как

следствие, максимизировать полученную прибыль и оптимизировать свои издержки. Таким образом, актуальность исследования зависимости результатов хозяйственной деятельности санаторно-курортных предприятий от управления маркетингом обоснована необходимостью оптимизации экономических механизмов функционирования курортно-рекреационного комплекса АР Крым, разработки теоретического обоснования и методических подходов к оценке целесообразности хозяйственной деятельности с целью наиболее эффективного использования рекреационных ресурсов.

Целью статьи является рассмотрение подходов к оценке зависимости эффективности хозяйственной деятельности предприятия от уровня системы управления маркетингом.

В экономической литературе проблема управления маркетингом на предприятии освящена достаточно широко в работах Котлера Ф. [3], Похабова В.И., Пономаренко И.В. [5], Дуровича А.П. [1], Кредисовой А.И. [4], Соловьева Б.А. [6] и др. Так, Дурович А.П. отмечает: «одна из основных целей маркетинга – установление максимально возможной планомерности и пропорциональности в деятельности предприятия» [1, с. 232]. Котлер Ф. отмечает, что «именно маркетинг может и должен помочь компаниям реализовать новые возможности» [3, с. 232]. Однако, по нашему мнению, наиболее комплексный подход к определению факторов маркетинговой эффективности предложен Соловьевым Б.А. в его концепции системы управления маркетингом на предприятии [6]. Так, ученый предлагает управление маркетингом (УМ), как управленческую подсистему предприятия, рассматривать на трех уровнях:

- управление деятельностью (УД), структурно состоящее из оценки факторов: рыночной ориентации высшего руководства, рыночной ориентации персонала, взаимодействия высшего руководства и персонала, степени открытости системы управления внешней среде;
- управление функцией (УФ), которые можно представить как зависимость от показателей эффективности таких переменных, как планирование, организация, мотивация и контроль;
- управление спросом (УС), представляющие собой функцию от показателей эффективности основных функций маркетинга санаторно-курортного предприятия: управление санаторно-курортным продуктом, управление сбытом, управление ценой, управление коммуникациями.

Таким образом, эффективность управления маркетингом рассматривается как эффективность трех уровней (параметров) управления маркетингом [6].

$$\mathcal{E}(\text{УМ}) = f(\mathcal{E}(\text{УД}), \mathcal{E}(\text{УФ}), \mathcal{E}(\text{УС})) \quad (1)$$

Однако, по мнению автора, в данную методику необходимо включить элементы корреляционного анализа для более точной и детальной оценки зависимости эффективности хозяйственной деятельности от системы управления маркетингом. Предлагаемая методика обладает рядом преимуществ, среди которых можно выделить:

- направленность исключительно на изучение маркетинговой составляющей процесса управления санаторно-курортным предприятием;
- возможность использования данной методики как отдельными рекреационными предприятиями, так и при комплексном изучении тенденций в рекреационной сфере на уровне отрасли, региона;
- возможность самостоятельного использования методики предприятиями, поскольку в ней практически отсутствуют условности и обобщения;
- структурированность, которая позволяет четко выделить и сформулировать проблемы в управлении маркетингом, подлежащие решению.

Для оценки зависимости эффективности хозяйственной деятельности от уровня управления маркетингом на рекреационном предприятии необходимо более детально оценить параметры функционирования конкретного экономического объекта и сформулировать рекомендации для принятия практических решений. В табл. 1 представлены результаты хозяйственной деятельности, а также результаты анкетирования специалистов подразделения маркетинга на санаторно-курортных предприятиях АР Крыма. Результаты анкетирования, выраженные в процентах, отражают уровень развития системы управления маркетингом относительно максимально возможных 100%.

Целесообразно определение тесноты взаимосвязи между такими показателями хозяйственной деятельности, как объем реализации путевок (РП), который можно интерпретировать как размер занимаемой доли рынка, прибыль от реализации (Пр), рентабельность реализованных услуг (Р), а также эффективность системы управления маркетингом $\mathcal{E}(\text{УМ})$. Для этого необходимо получить регрессионную модель, связывающую вышеуказанные показатели финансовых результатов предприятий (РП, Пр и Р) и $\mathcal{E}(\text{УМ})$.

Форму связи признаков можно определить до составления логической программы взаимосвязи информации путем построения графика взаимного изменения в декартовой системе координат.

Таблица 1. Основные показатели хозяйственной деятельности и результаты анкетирования санаторно-курортных предприятий

Наименование		1	2	3	4	5
Объем реализации санаторно-курортных услуг	Сумма, тыс. грн.	13850	4530	6451	10041	9743
Прибыль от реализации	Сумма, тыс. грн.	1316	82	278	281	721
Рентабельность реализованных услуг	Уровень, %	9,5	1,8	4,3	2,8	7,4
Эффективность системы управления маркетингом	Э(УД), %	89	22	56	39	89
	Э(УФ), %	80	27	42	25	95
	Э(УС), %	88	13	88	75	50
	Э(УМ), %	85	23	55	39	85

Мера связи – коэффициент корреляции Пирсона r_{xy} [2]:

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{[n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2][n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2]}} \quad (2)$$

где: x_i, y_i - количественные признаки; n – число наблюдений

Для определения статистической значимости полученного коэффициента корреляции при $n < 50$ используется критерий Стьюдента (t):

$$t = \frac{r_{xy}}{\sqrt{(1-r_{xy}^2)/(n-2)}} \quad (3)$$

По табл. 1 критических точек распределения Стьюдента по заданному уровню α и числу степеней свободы $\nu = n - 2$, определяется критическая точка $t_{\alpha/2, \nu}$. Если $|t| > t_{\alpha/2, \nu}$, то коэффициент корреляции статистически значим, следовательно, x и y – коррелированы, то есть между ними существует линейная связь [2].

По данной методике определим наличие линейной зависимости между уровнем эффективности системы управления маркетингом (x) (строка 4, Э(УМ), табл.1.) и объемом реализации санаторных услуг (y) (строка 1, в сумме, табл.1.). На основе данной линейной связи можно построить уравнение регрессии (рис. 1).

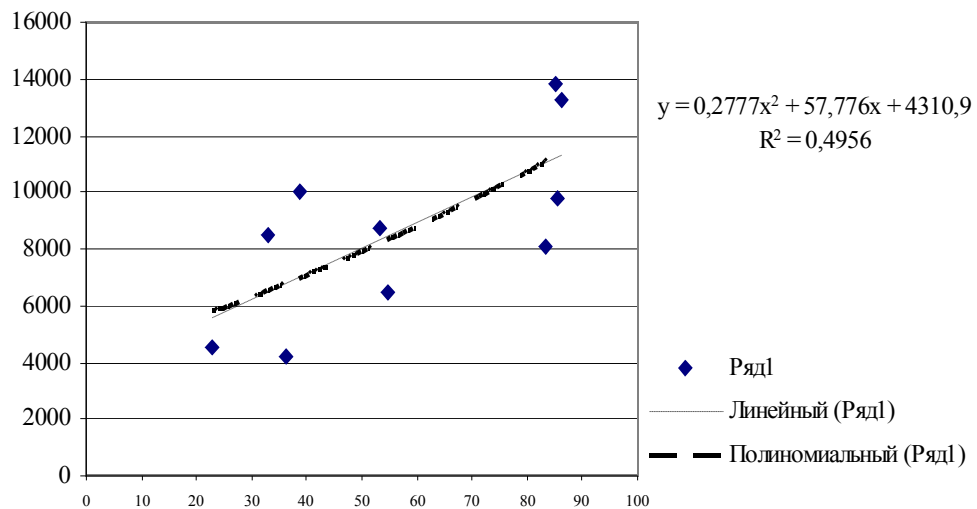


Рис. 1. График уравнения полиномиальной и линейной связи показателей Э(УМ) и РП

Коэффициент корреляции, рассчитанный по формуле (2) $r_{xy} = 0,703$. Его положительное значение свидетельствует о наличии прямой связи между уровнем эффективности системы управления маркетингом и объемом реализации услуг. По формуле (3) необходимо проверить значимость полученной зависимости. Построим t -статистику: $t = 2,798$. С помощью таблицы критических точек распределения Стьюдента определили $t_{\alpha/2, \nu} = t_{0,05; 8} = 1,860$. Поскольку $|t| = 2,798 > 1,860 = t_{\alpha/2, \nu}$, то коэффициент корреляции r_{xy} статистически значим.

Следовательно, между уровнем эффективности системы управления маркетингом на предприятии (x) и объемом реализации услуг (y) существует определенная прямая линейная зависимость. Аналогично проверяем значимость линейной связи эффективности системы управления маркетингом с такими показателями хозяйственной деятельности, как уровни прибыли от реализации и рентабельности реализованных услуг (табл. 2).

Таблица 2. Определение уровня значимости между ПР и P(y) и Э(УМ) (x)

Наименование, Y	r_{xy}	T	t	$t_{0,05;8}$	Значимость r_{xy}
Прибыль от реализации	0,862	4,809	4,809	1,860	+
Рентабельность реализованных услуг	0,960	9,720	9,720	1,860	+

Таким образом, рассмотренные основные показатели хозяйственной деятельности санаторно-курортных предприятий прямо зависят от эффективности системы управления маркетингом. Для оценки состояния системы управления маркетингом и выявления степени ее влияния на конечные результаты деятельности предприятия, необходимо:

- 1) составить факторную модель эффективности управления маркетингом;
- 2) составить бальную оценку исследуемых предприятий по результатам их хозяйственной деятельности;
- 3) сопоставить оценку эффективности системы управления маркетингом на предприятии с полученной бальной оценкой.

Применение данной методики позволит выработать стратегию развития и управления хозяйственной деятельностью на санаторно-курортном предприятии в условиях рыночных отношений. В данной связи целесообразна дальнейшая обобщенная оценка факторов влияния на хозяйственную деятельность предприятий с целью разработки комплексной методики оценки эффективности деятельности предприятий рекреационной сферы в условиях конкурентной среды.

Литература

1. Дурович А. Маркетинговые исследования в туризме; Учеб.-практ. пособие /А. Дурович, Л. Анастасова. – М.: Новое знание, 2002. – 348 с.
2. Ефимова М.Р., Петрова Е.В., Румянцев В.Н. Общая теория статистики: Учебник. Изд. 2-е, испр. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 416 с.
3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент/Пер. с англ. под ред. О.А. Третьяк, Л.А. Волковой, Ю.Н. Каптуревского. – Спб: Издательство “Питер”, 1999. – 896 с.
4. Маркетинг / Под ред. Кредисова А.И. – К.: Украина, 1995. – 399 с.
5. Похабов В.И., Пономаренко И.В. Методика оценки эффективности системы управления маркетингом на предприятии // Маркетинг №5, 2001. – с. 102-119. 6. Соловьев Б.А. Управление маркетингом: 17-модульная программа для менеджеров “Управление развитием организации”. Модуль 13. – М.:ИНФРА-М, 1999. - С. 8.

УДК 330.322.3:338.48 (477.75)

Нориганова О.А.

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И МЕХАНИЗМЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В ТУРИСТСКИЙ КОМПЛЕКС КРЫМА

Актуальность научной статьи определяется значимостью туристской индустрии для экономики Крыма. Туризм в Крыму, являясь в соответствии с Программой Правительства АР Крым одной из приоритетных отраслей, имеет благоприятное сочетание климатических и географических условий, разнообразие рекреационных ресурсов, привлекательность побережья, эффективное использование которых должно способствовать развитию туристского хозяйства в различных направлениях, повышению инвестиционной активности комплекса и повышению эффективности экономики региона в целом.

Цель данной статьи выявить перспективные направления привлечения инвестиций в туристский комплекс Крыма, предложить пути активизации инвестиционного процесса и механизмы стимулирования инвестиций для обоснования средств и методов оптимизации комплекса и повышения его эффективности.

В последние годы проблемам привлечения инвестиций в сферу туризма уделяется достаточно большое внимание со стороны ученых различных научных направлений.

Такие авторы как Шарп У., Александер Г., Бэйли Дж. [6], Ковалев В.В. [4] рассматривают инвестиции в виде закупок ценных бумаг, то есть в портфельном инвестировании. Хотя такая форма вложения капитала не всегда способствует развитию предприятий сферы обслуживания. По существу инвестиции как форма движения капитала теряют экономический смысл. Гнатюк Т.М. [2] исследует динамику инвестиционных процессов на предприятиях туристского комплекса, инвестиционную привлекательность национальной

экономики. Мальская М.П., Худо В.В., Цибух В.И. [5] называют одним из базовых ориентиров государственной экономической стратегии максимальное сближение параметров предпринимательского и инвестиционного климата. Каурова А.Д. [3], Воробьев Ю.Н., Воробьева Е.Н. [1] считают, что инвестиционная политика напрямую зависит от планирования развития региона.

Однако в экономической литературе не достаточно внимания уделено перспективным направлениям инвестирования и механизмам стимулирования инвестиционной деятельности.

Не уменьшая значимости каждого из направлений, мы предлагаем считать реальными инвестициями, какой либо из конкретных видов бизнеса. В дальнейшем это даст возможность представить перспективные направления инвестирования, решить проблему оптимизации туристского комплекса и выработать механизмы повышения его эффективности.

Одной из главных причин низкого уровня прямого иностранного инвестирования в Украине пока что остается неблагоприятный по сравнению с другими странами инвестиционный климат. К отрицательным чертам инвестиционного климата на сегодняшний день следует отнести:

- нестабильность имеющейся нормативно-правовой базы;
- неурегулированность корпоративных отношений, проявляющуюся, в частности, в определенном неуважении со стороны менеджмента предприятий к правам акционеров (использование теневых механизмов в борьбе за контроль над предприятием; отчуждение высоколиквидного имущества без ведома акционеров; заключение заведомо убыточных сделок);
- "непрозрачность" фондового рынка и приватизационных процессов, нежелание иметь лишних конкурентов в распределении прибыли из-за отказа от эмиссии ценных бумаг, что приводит к стагнации производства и фондовых рынков;
- низкую покупательную способность населения;
- высокую долю теневого сектора экономики, что делает неконкурентоспособной продукцию официальной экономики;
- тенденцию к распространению громких скандалов, судебных процессов и т. д., сопровождающих "большую приватизацию" и отпугивающих солидных промышленных инвесторов (эта тенденция связана с попытками национального капитала любой ценой, в том числе и противозаконно, победить в противоборстве с иностранным капиталом за приобретение контроля над привлекательными украинскими предприятиями);
- высокий уровень коррумпированности в органах власти.

Именно устранение этих отрицательных черт инвестиционного климата может стимулировать инвестиционную активность в Украине и ее регионах.

В настоящее время в Крыму осуществляются меры, направленные на развитие деловых связей с зарубежными партнерами и их привлечение в качестве потенциальных инвесторов. Одним из методов активизации привлечения инвестиций является формирование свободных экономических зон (СЭЗ).

На сегодняшний день в мире насчитывается уже свыше 800 СЭЗ. Известно немало примеров их успешной деятельности, поэтому целиком закономерно использование в Крыму этого инструмента стимулирования притока инвестиций. Однако создание у нас первых СЭЗ принесло весьма скромные результаты. Примером может быть северокрымская экспериментальная зона "Сиваш". Общая сумма утвержденных инвестиционных проектов зоны "Сиваш" на конец 1997 г. составила лишь 45,1 млн. долл., тогда как потребность в инвестициях в несколько раз больше. Для потенциальных инвесторов главное - не льготы в зоне, а гарантии законодательной стабильности.

Создание эффективного механизма привлечения и использования инвестиций позволяет, с учетом особенностей трансформации региональной экономики и региональных социально-экономических программ, согласовывать интересы инвесторов с интересами и ресурсным потенциалом территории. На территориальном уровне необходимо осуществлять маркетинг инвестиционного рынка, разрабатывать инвестиционные программы, а также проводить тендеры, системно решать задачи экономической и научно-технической экспертизы отдельных проектов, размещения и освоения инвестиций в регионе. При этом следует помнить, что каждый инвестор имеет собственные приоритеты. Кроме того, следует учитывать, что иностранные инвесторы не всегда предлагают другой стране прогрессивные проекты, стремятся размещать лишь сборочные или экологически опасные производства.

Региональная и отраслевая направленность инвестиций определяет круг участников инвестиционной деятельности, структуру проектных решений, использование тех или иных строительных материалов, размещение строительных мощностей и др.

Совместное решение этих задач требует создания пространственно распределенной сети баз данных, системы оперативного обмена информацией между всеми уровнями управления проектами, совершенствования маркетинговых исследований инвестиционного рынка. Данный подход позволяет

повысить уровень обоснованности инвестиционной программы, обеспечить ее реальность за счет гармонизации экономических интересов инвесторов с экономическими интересами, ресурсами с ограничениями соответствующего региона.

Таким образом, основную проблему в инвестиционной сфере Крыма составляют недостаточность финансовых ресурсов и незначительные возможности их привлечения. В настоящее время необходимо обеспечить стимулирование процессов накопления и эффективного использования инвестиционных ресурсов в соответствии с перспективами инновационного развития.

Литература:

1. Воробьев Ю.Н., Воробьева Е.Н. Инвестирование. – Симферополь: «Гаврия», 2004.- 340 с.
2. Гнатюк Т.М. Формирование системы инвестиционного обеспечения туристско-рекреационного комплекса региона // Сборник научных работ Крымской академии природоохранного и курортного строительства. - Симферополь. - № 21.- 2003.
3. Каурова А.Д. Организация сферы туризма. – СПб.: «Издательский дом Герда», 2004. – 320 с.
4. Ковалев В.В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности. – М.: «Финансы и статистика», 1995.- 429 с.
5. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 272 с.
6. Шарп У., Александер Г., Бэйли Дж. Инвестиции: Пер. с англ. – М.: ИНФРА-М, 1999. – XII, 1028 с.

УДК 338 (075.8)

Хатикова З.В.

ПЛАН ИМИДЖБИЛДИНГА КАК УСЛОВИЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ УЗНАВАЕМОСТИ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Теория имиджмейкинга (формирование образа туристского предприятия, обеспечивающего его положение на рынке, а также верность потребителя данному предприятию [1, с. 25]) остается областью субъективных оценок, где удачные находки, по большей части, носят случайный характер, а не являются результатом специальных знаний. Завоевать же доверие потребителей и превзойти конкурентов, то есть достичь формирования в общественном сознании желаемого отношения к себе, туристское предприятие может путем применения следующих составляющих имиджбилдинга.

1. Эффект восприятия, основанный на сопоставлении аудиторией (потребителями) миссии, целей и реальной работы организации. необходима демонстрация как минимум трех компонентов - целей, которые туристское предприятие ставит перед собой, реальных дел, которые демонстрируют достаточно эффективно, осуществляя движение к этим целям, и миссии, которая показывает, зачем ставятся такие цели и во имя чего они выполняются. В том случае, когда эти три компонента логично и правильно увязаны между собой, возникает особый эффект восприятия - легенда. Если из этой триады выпадает один из элементов, имиджбилдинг может стать негативным.

2. Удовлетворение запросов большинства потребителей. Отмечается при изучении организаций, наиболее успешно действующих на туристском рынке [2, с. 84]. Организации, отвечающие этим запросам, общественное мнение выделяет и выбирает при прочих равных условиях: высокое качество предоставляемых услуг; высокая культура обслуживания; ориентация на здоровый образ жизни; благоприятное месторасположение; широкий спектр дополнительных услуг; богатая инфраструктура; соотношение параметров «цена-качество».

3. Внутренние установки предприятия. К ним можно отнести: предоставление максимального количества услуг в пределах гостиничного комплекса; ненавязчивый и радушный сервис; индивидуальный стиль работы с клиентом.

Реализация имиджбилдинговых качеств базируется на следующих принципах.

Обычная информация, передаваемая общественности посредством рекламы и PR-кампаний, должна быть обогащена качествами имиджбилдинга. Все приведенные выше качества имиджбилдинга необходимо использовать в полном объеме. Они закладываются в информационное сообщение на стадии планирования PR-акции посредством режиссирования мероприятий. Имиджевая режиссура представляет собой определенную работу специалиста по имиджбилдингу в туристском предприятии в процессе подготовки мероприятий PR.

Использование данных принципов будет способствовать созданию имиджевой метки [3, с. 302] - символической детали умелого имиджбилдинга, внедренной в массовое сознание и обеспечивающей узнаваемость туристского предприятия.

Для того, чтобы имиджевая метка стала положительной, прибыльной и привлекающей внимание к туристскому предприятию, необходимо разработать план имиджбилдинга, состоящий из четырех основных частей: создание фундамента; внешний имиджбилдинг; внутренний имиджбилдинг; неосязаемый имиджбилдинг.

Первый шаг в выполнении плана по имиджбилдингу - закладка его фундамента: определение ценностей, целей, принципов и философии, на которых будет основываться все здание плана. Без фундамента все остальное не имеет смысла. Построение фундамента успешного бизнеса осуществляется на основе следующих составляющих:

1. Принципы.
2. Положение о цели создания туристского предприятия.
3. Корпоративная философия.
4. Долгосрочные цели туристского предприятия.
5. Стандарты.

Принципы - краеугольный камень фундамента, однако именно их наиболее часто упускают из виду. Определение основных принципов внесет в деятельность туристского предприятия некую завершенность и поможет руководству организации и ее сотрудникам понять, что необходимо делать, сталкиваясь с каждодневными проблемами или неожиданным кризисом [4, с. 299].

Положение о цели определяет обязанности. Оно ориентирует на выполнение обещанных услуг, определенных задач или поручений. Большое количество туристских предприятий могут разработать похожие положения. Однако положение конкретной туристской организации должно отражать только присущее ей направление, цель и конечный результат. При этом положение о цели должно вдохновлять сотрудников. Необходимо, чтобы оно отражало идеалы туристского предприятия в сфере бизнеса и стандарты обслуживания.

При разработке концепции организации и ее цели нужно стремиться достичь совершенства: точности и честности положения. Не следует включать в положение то, что туристское предприятие не может предоставить своим клиентам; изложения концепции организации. Знание сотрудниками концепции даст им полное представление о целях; сосредоточения на потребителях. Идеальное положение всегда должно четко и прямо отражать то, что услуги туристского предприятия предназначены, прежде всего, для человеческих нужд. В положении о целях организации должны быть четко определены потребности клиентов, которые она призвана удовлетворить.

Разрабатывать корпоративную философию необходимо исходя из первых двух элементов фундамента - принципов и положения о целях создания туристского предприятия. К сожалению, зачастую даже высшие руководители туристских предприятий не имеют представления о том, какова философия организации. Именно для того, чтобы осознать, какими ценностями руководствуется предприятие и чего оно хочет достичь, необходима разработка корпоративной философии предприятия.

Существует мнение, что философия и политика предприятия формируются сами собой в течение времени. Однако в современных условиях, на наш взгляд, руководитель туристского предприятия первым делом должен уделять внимание разработке политики поведения организации на туристском рынке, создавать и поддерживать миссию. Более того, это необходимо делать не только потому, что имиджбилдинг вытекает из принципов внутриорганизационной культуры и философии, но и потому, что от последней зависят такие жизненно важные процессы развития предприятия, как стратегия, направления развития и совершенствования. Итак, философия и девиз, который рождается из нее, служат основой построения плана имиджбилдинга. Туристское предприятие должно иметь конечную цель деятельности. Установив четкие цели, организация будет знать, что движется в правильном направлении и быстрее выполнит поставленные задачи. Среди целей туристского предприятия можно выделить: желание прочно закрепиться на конкретном сегменте рынка; упрочить недостающие ей связи с постоянными клиентами; стремление к совершенствованию качества обслуживания и разнообразия предоставляемых услуг; изучение вкусов потребителей и следование им.

Письменное изложение принятых туристским предприятием стандартов - последний кирпич в фундаменте имиджбилдинга. Стандарты определяют действия, отвечающие философии, целям и принципам. Стандарты - инструменты в руках сотрудников, которыми они поддерживают имиджбилдинг туристского предприятия в глазах общества [5, с. 54]. Определяя стандарты, необходимо рассмотреть все вопросы поведения сотрудников и их внешнего вида, которые могут повлиять на имиджбилдинг. Разрабатывая стандарты, следует учитывать все аспекты, которые могут хоть как-то повлиять на

имиджбилдинг туристского предприятия. Если сотрудники в нерабочее время носят униформу организации, эмблемы или значки с ее названием или девизом, их поведение должно соответствовать установленным стандартам. Истинный профессионал узнается по тому, как он ведет себя вне стен предприятия, думая, что его никто не видит. Использование данных пяти составляющих является неотъемлемым условием построения положительного имиджбилдинга туристского предприятия. Со временем их можно несколько модифицировать.

После того как туристское предприятие заложило фундамент имиджбилдинга, оно должно готовиться к возведению первых этажей - внешнего имиджбилдинга, то есть общественного мнения о туристском предприятии, формируемом рекламной кампанией, качеством услуг, связями со средствами массовой информации и социальной деятельностью. Составление плана по внешнему имиджбилдингу означает тщательный анализ всего того, что бросается в глаза обществу в целом и конкретному потребителю. Главный производственный фактор, влияющий на репутацию, - качество предоставляемых услуг, при этом первое условие для достижения качества – это умение слушать потребителя.

К области осязаемого имиджбилдинга, который воспринимается всеми пятью чувствами, относится все, начиная от логотипа туристской организации до ее месторасположения. Товарный знак и слоган (логотип) - самые заметные элементы в системе имиджбилдинга. На создание наиболее эффективного варианта этих двух элементов стоит потратить время и деньги. Особенно это важно для недавно созданных туристских предприятий.

Внешний имиджбилдинг должен быть ясным и привлекательным для клиентов. Периодически туристскому предприятию следует перестраивать свой имиджбилдинг, постоянно укрепляя его. Название предприятия должно присутствовать на знаке, фирменном бланке, визитках - на всем, что представляет туристскую организацию клиентам и партнерам. Чтобы усилить воздействие имиджбилдинга, необходимо унифицировать все его составляющие, то есть создать индивидуальный фирменный стиль.

Внутренний имиджбилдинг туристского предприятия - атмосфера внутри предприятия, позитивное и негативное отношение сотрудников к руководителям и политике организации, которая выражается, прежде всего, в степени преданности сотрудников своей фирме. Внутренний имиджбилдинг - наиболее недооцениваемая часть формулы делового имиджбилдинга. В то время как позитивный внешний имиджбилдинг в глазах общества дает право быть услышанным, именно внутренний имиджбилдинг определяет, есть ли у предприятия, что сказать потребителю. Две эти половинки уравнения имиджбилдинга относятся к двум разным "важным событиям". Негативный внутренний имиджбилдинг означает неизбежную потерю туристским предприятием потребителей и утрату репутации. Несмотря на то, что испорченный внутренний имиджбилдинг очень трудно восстановить, это все же обойдется дешевле, чем поиск новых клиентов. Исследования, проведенные бостонской консалтинговой компанией «Forum Corporation», показывают, что сохранение постоянного потребителя стоит в пять раз меньше приобретения нового.

Неосозаемый имиджбилдинг - ответная реакция потребителя на осязаемое: на обслуживание и отношение к нему персонала туристской организации, сервис.

Неосозаемыми аспектами имиджбилдинга являются отношение персонала к работе и его эмоциональный настрой. Неосозаемый имидж целиком строится на чувствах и эмоциях. Именно от него зависит, сможет ли туристское предприятие установить связь с потребительским «эго».

Каждое туристское предприятие стремится к формированию положительного имиджбилдинга. Будучи осведомленным о механизме взаимодействия отдельных элементов плана имиджбилдинга, можно вести организацию к формированию или укреплению её положительного имиджбилдинга. В реальной действительности лишь немногие руководители действительно занимаются работой по имиджбилдингу и закладке фундамента безупречной репутации. Туристское предприятие может преуспеть только в том случае, если сконцентрируется на реализации самых важных пунктов плана по имиджбилдингу, однако, если остальные аспекты плана будут игнорироваться, общий имиджбилдинг и репутация могут пострадать.

Литература

1. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: Учебник для вузов / Пер. с англ. под ред. Р.Б. Ноздревой.- М.: ЮНИТИ, 1998. – 1236 с.
2. Уокер Дж. Р. Введение в гостеприимство: Учебник / Пер с англ. - М.: ЮНИТИ, 1999. – 296 с.
3. Почепцов Г.Г. Имиджелогия. – М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер», 2002. – 704 с.
4. Гостиничный и туристский бизнес / Под ред. Проф. А.Д. Чудновского. - М.: Ассоциация авторов и издателей «ТАНДЕМ». Издательство ЭКМОС, 1998. – 352 с.
5. Бондаренко Г.А. Гостиничное и ресторанное хозяйство: Учебно-практическое пособие. 2-е изд. – Мн.: БГЭУ, 2001. – 77 с.

АННОТАЦИИ

Дмитриченко Л.И., Моисеенко К.Е. Исследование нерыночных экономических систем в истории социально-экономической мысли

В статье на основе методологического подхода проведен историко-экономический анализ содержания институциональных форм и механизма функционирования экономических систем.

Ключевые слова: метатеория, экономическая система, методологический подход, историко-экономический анализ.

Нагорский Ю.А. Формирование социально-экономической стратегии развития предприятий промышленного сектора

На основе анализа показателей экономического и социального развития, различных подходов специалистов обоснована взаимосвязь и взаимозависимость экономических и социальных факторов, предложены основные направления социально-экономического развития на данном этапе.

Ключевые слова: эффективность, стратегия, социально-ориентированная экономика, корпоративное управление.

Солдатов М.А. Имитационный подход к проблеме оптимального использования возобновляемых природных ресурсов

В статье предложена стохастическая модель оптимального использования ресурсов, основанная на анализе случайного естественного прироста популяции. Разработана имитационная модель, позволяющая определять оптимальную стратегию промысла и проводить исследования эффективности принимаемых решений.

Ключевые слова: природные ресурсы, экономико-математическое моделирование.

Гленбоцкая О.Г. Основные признаки ценности и стоимости услуги

В статье представлены аспекты формирования конкурентных преимуществ на основе ценности и качества услуг, предложена модель ценности услуги.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентные преимущества, ценность.

Тадька И.Б. Анализ рисков инновационно-инвестиционных проектов

В статье рассмотрена вероятность наступления инвестиционных рисков в условиях неопределенности, сформирована стратегия управления инвестиционными рисками на современном этапе развития экономики.

Ключевые слова: инвестиции, неопределенность, стратегия управления.

Манеров Г.М., Трифов А.О. Экономическая сущность и роль инновационного процесса в машиностроении

В работе рассмотрены вопросы определения экономической сущности и роли инновационного процесса, проведен сравнительный анализ состояния инновационных процессов в Украине и развитых странах, определены этапы и элементы инновационного процесса предприятий машиностроительного комплекса.

Ключевые слова: машиностроение, инновационный процесс, сравнительный анализ.

Вязовик С.М. Методические аспекты оценки финансирования инвестиционных программ предприятий

Проанализированы методики оценки эффективности инвестиционных проектов предприятий. Выявлены проблемы оценки эффективности проектов и программ. Определен основной критерий оценки эффективности инвестиционных программ.

Ключевые слова: инвестиционная программа предприятия, эффективность, цена инвестиционного капитала.

Обухова Ю.О. Анализ и моделирование инвестиционного риска при принятии инновационных решений

Проанализированы существующие методы оценки инвестиционных рисков, сформулированы основные положения оценки рисков инновационных проектов.

Ключевые слова: риск, инновационный проект, методы оценки.

Потеева М.А. Резервы производственно-пропускной способности морских портов АР Крым

В статье проведен анализ работы предприятий морского транспорта, дано обоснование по проведению организационно-технологических усовершенствований исходя из потребностей регионального рынка.

Ключевые слова: морской транспорт, социально-экономическое развитие, пропускная способность, грузопереработка.

Круглова М.В. Стратегическое планирование как основной метод государственного регулирования развития рынка услуг в АР Крым

Обоснована необходимость использования стратегического планирования, прогнозирования и анализа развития рынка услуг.

Ключевые слова: рекреационный комплекс, туристическая индустрия, стратегия, планирование.

Наливайченко Е.В. Задачи и пути достижения экономического роста на современном этапе для государств СНГ

В статье предложено решение задачи расширения и углубления взаимного торгово-экономического сотрудничества посредством перехода к полноценно функционирующей зоне свободной торговли.

Ключевые слова: сотрудничество, экономическая интеграция, зона свободной торговли.

Рисс М.О. Оценка конкурентоспособности национальных производителей

В статье определены факторы конкурентоспособности, предложены перспективные направления оценки конкурентоспособности национальных производителей.

Ключевые слова: конкурентоспособность товара, стандарты.

Рекова Н.Ю. Модели планирования управления производством машиностроительных предприятий

В статье рассмотрены проблемы управления производственным процессом машиностроительных предприятий, аргументирована необходимость разработки модели управления производством, позволяющей оптимизировать объемы и качественные характеристики выпускаемой продукции.

Ключевые слова: машиностроение, эффективное планирование, управление, производственный процесс.

Гончарук Н.В. Состояние производственного потенциала виноградо-винодельческой отрасли Севастополя

Автором представлены результаты исследования по проблеме совершенствования управления производственным потенциалом предприятий, специализация которых - производство и переработка винограда.

Ключевые слова: виноградо-винодельческая отрасль, потенциал, управление.

Коваленко Н.А. Экономическая эффективность использования ветроустановок мощностью 100 и более кВт для непосредственного энергоснабжения населенных пунктов

Проведен анализ использования различных видов энергетических ресурсов. Даны предложения по использованию ветроустановок для непосредственного энергоснабжения населенных пунктов.

Ключевые слова: ветроустановки, энергетические ресурсы, энергоснабжение.

Пашенцев А.И. Модель экологического анализа деятельности предприятия

Разработана модель проведения экологического анализа, на основе которой проведен анализ экологического состояния предприятия.

Ключевые слова: экологический менеджмент, экологический риск, экологический аудит.

Сметанко А.В. Организационные аспекты проведения аудиторских проверок на предприятиях различных форм собственности

Проведен анализ международных положений и стандартов аудита, предложены стадии и этапы проведения аудита, адаптировано под конкретные цели и задания.

Ключевые слова: аудит, аудиторские проверки, аудиторские выводы, стандарты.

Рывкина О.Л. Структура механизма управления реализацией стратегии предприятия

Раскрыта сущность механизма организации управления реализацией стратегии, обоснована структура и назначение каждого из элементов.

Ключевые слова: механизм управления, стратегия, управление, структура.

Ткаченко Т.И. Развитие предпринимательской активности в туризме

Проанализированы аспекты активизации предпринимательской деятельности туристических субъектов хозяйствования. Даны предложения по повышению экономической активности предпринимательской деятельности на всех иерархических уровнях развития туризма.

Ключевые слова: предпринимательство, устойчивость, развитие, туризм.

Рогатенок Э.В. Особенности механизма ценообразования в рекреационно-экономическом комплексе региона

В статье изложены теоретические подходы к обоснованию модели, описывающей механизм взаимосвязи между ценообразующими факторами и целями рекреационных предприятий. Выявлены особенности механизма ценообразования на курортно-рекреационный и туристско-рекреационный продукт региона.

Ключевые слова: ценообразующие факторы, механизм ценообразования, курортно-рекреационный продукт, туристско-рекреационный продукт.

Калькова Н.Н. Подходы к оценке зависимости эффективности хозяйственной деятельности рекреационного предприятия от уровня системы управления маркетингом

Рассмотрена методика оценки эффективности хозяйственной деятельности предприятия с учетом специфики рекреационной сферы.

Ключевые слова: хозяйственная деятельность, эффективность управления, рекреационная сфера.

Нориганова О.А. Перспективные направления и механизмы стимулирования инвестиций в туристский комплекс Крыма

В статье рассматривается проблема повышения инвестиционной активности. Проведен анализ современного состояния туристического комплекса Крыма, определены перспективные направления и эффективные механизмы стимулирования инвестиционной деятельности.

Ключевые слова: инвестиции, туристский комплекс, механизм стимулирования.

Хатикова З.В. План имиджбилдинга как условие обеспечения узнаваемости туристского предприятия

В статье проанализированы принципы работы с имиджбилдинговыми качествами, имиджевая метка, разработан план имиджбилдинга туристического предприятия.

Ключевые слова: внешний имиджбилдинг, внутренний имиджбилдинг.

АНОТАЦІЇ

Дмитриченко Л.І., Мойсеєнко К.С. Дослідження неринкових економічних систем в історії соціально-економічної думки
У статті на основі методологічного підходу проведений історико-економічний аналіз змісту інституціональних форм та механізму функціонування економічних систем.

Ключові слова: метатеорія, економічна система, методологічний підхід, історико-економічний аналіз.

Нагорський Ю.А. Формування соціально-економічної стратегії розвитку підприємств промислового сектору

На основі аналізу показників економічного і соціального розвитку, різних підходів фахівців обґрунтовані взаємозв'язок і взаємозалежність економічних і соціальних факторів, запропоновані основні напрямки соціально-економічного розвитку на даному етапі.

Ключові слова: ефективність, стратегія, соціально-орієнтована економіка, корпоративне керування.

Солдатов М.О. Імітаційний підхід до проблеми оптимального використання поновлюваних природних ресурсів

У статті запропонована стохастична модель оптимального використання ресурсів, яка заснована на аналізі випадкового природного приросту популяції. Розроблено імітаційну модель, що дозволяє визначати оптимальну стратегію промислу і проводити дослідження ефективності рішень, що приймаються.

Ключові слова: природні ресурси, економіко-математичне моделювання.

Гленбоцька О.Г. Основні ознаки цінності і вартості послуги

У статті представлені аспекти формування конкурентних переваг на основі цінності та якості послуг, запропонована модель цінності послуги.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентні переваги, цінність.

Тадика І.Б. Аналіз ризиків інноваційно-інвестиційних проєктів

У статті розглянута імовірність настання інвестиційних ризиків в умовах невизначеності, сформована стратегія керування інвестиційними ризиками на сучасному етапі розвитку економіки.

Ключові слова: інвестиції, невизначеність, стратегія керування.

Манеров Г.М., Трифов А.О. Економічна сутність і роль інноваційного процесу в машинобудуванні

У роботі розглянуті питання визначення економічної сутності і ролі інноваційного процесу, проведений порівняльний аналіз стану інноваційних процесів в Україні і розвинутих країнах, визначені етапи й елементи інноваційного процесу підприємств машинобудівного комплексу.

Ключові слова: машинобудування, інноваційний процес, порівняльний аналіз.

Вязовик С.М. Методичні аспекти оцінки фінансування інвестиційних програм підприємств

Проаналізовано методики оцінки ефективності інвестиційних проєктів підприємств. Виявлені проблеми оцінки ефективності проєктів і програм. Визначен основний критерій оцінки ефективності інвестиційних програм.

Ключові слова: інвестиційна програма підприємства, ефективність, ціна інвестиційного капіталу.

Обухова Ю.О. Аналіз і моделювання інвестиційного ризику при прийнятті інноваційних рішень

Проаналізовано існуючі методи оцінки інвестиційних ризиків, сформульовані основні положення оцінки ризиків інноваційних проєктів.

Ключові слова: ризик, інноваційний проєкт, методи оцінки.

Потєєва М.А. Резерви виробничо-пропускної здатності морських портів АР Крим

У статті проведений аналіз роботи підприємств морського транспорту, дане обґрунтування з проведення організаційно-технологічних удосконалень виходячи з потреб регіонального ринку.

Ключові слова: морський транспорт, соціально-економічний розвиток, пропускна здатність, вантажопереробка.

Круглова М.В. Стратегічне планування як основний засіб державного регулювання розвитку ринку послуг в АР Крим

Обґрунтовано необхідність використання стратегічного планування, прогнозування й аналізу розвитку ринку послуг.

Ключові слова: рекреаційний комплекс, туристична індустрія, стратегія, планування.

Наливайченко К.В. Задачі і шляхи досягнення економічного росту на сучасному етапі для держав СНД

У статті запропоновані рішення задачі розширення і поглиблення взаємного торгівельно-економічного співробітництва за допомогою переходу до повноцінно функціонуючої зони вільної торгівлі.

Ключові слова: співробітництво, економічна інтеграція, зона вільної торгівлі.

Рисс М.О. Оцінка конкурентоспроможності національних виробників

У статті визначені фактори конкурентоспроможності, запропоновані перспективні напрямки оцінки конкурентоспроможності національних виробників.

Ключові слова: конкурентоспроможність товару, стандарти.

Рекова Н.Ю. Моделі планування керування виробництвом машинобудівних підприємств

У статті розглянуті проблеми керування виробничим процесом машинобудівних підприємств, аргументована необхідність розробки моделі керування виробництвом, що дозволяє оптимізувати обсяги й якісні характеристики продукції, що випускається.

Ключові слова: машинобудування, ефективне планування, керування, виробничий процес.

Гончарук Н.В. Стан виробничого потенціалу виноградо-виноробної галузі Севастополя

Автором представлені результати дослідження з проблеми удосконалення керування виробничим потенціалом підприємств, спеціалізація яких - виробництво та переробка винограду.

Ключові слова: виноградо-виноробна галузь, потенціал, керування.

Коваленко Н.О. Економічна ефективність використання повітряних установок потужністю 100 і більш кВт для безпосереднього енергопостачання населених пунктів

Проведено аналіз використання різних видів енергетичних ресурсів. Дані пропозиції щодо використання повітряних установок для безпосереднього енергопостачання населених пунктів.

Ключові слова: повітряні установки, енергетичні ресурси, енергопостачання.

Пашенцев О.І. Модель екологічного аналізу діяльності підприємства

Розроблена модель проведення екологічного аналізу, на основі якої проведений аналіз екологічного стану підприємства.

Ключові слова: екологічний менеджмент, екологічний ризик, екологічний аудит.

Сметанко О.В. Організаційні аспекти проведення аудиторських перевірок на підприємствах різних форм власності

Проведено аналіз міжнародних становищ і стандартів аудиту, запропоновані стадії й етапи проведення аудиту, адаптовано під конкретні цілі і завдання.

Ключові слова: аудит, аудиторські перевірки, аудиторські висновки, стандарти.

Ривкіна О.Л. Структура механізму керування реалізацією стратегії підприємства

Розкрито сутність механізму організації керування реалізацією стратегії, обґрунтовані структура й призначення кожного з елементів.

Ключові слова: механізм керування, стратегія, керування, структура.

Ткаченко Т.І. Розвиток підприємницької активності в туризмі

Проаналізовані аспекти активізації підприємницької діяльності туристичних суб'єктів господарювання. Дано пропозиції щодо підвищення економічної активності підприємницької діяльності на всіх ієрархічних рівнях розвитку туризму.

Ключові слова: підприємництво, стійкість, розвиток, туризм.

Рогатенюк Е.В. Особливості механізму ціноутворення в рекреаційно-економічному комплексі регіону

У статті викладені теоретичні підходи з обґрунтування моделі, що описує механізм взаємозв'язку між ціноутворюючими факторами і цілями рекреаційних підприємств. Виявлені особливості механізму ціноутворення на курортно-рекреаційний і туристсько-рекреаційний продукт регіону.

Ключові слова: ціноутворюючі фактори, механізм ціноутворення, курортно-рекреаційний продукт, туристсько-рекреаційний продукт.

Калькова Н.М. Підходи до оцінки залежності ефективності господарської діяльності рекреаційного підприємства від рівня системи керування маркетингом

Розглянуто методику оцінки ефективності господарської діяльності підприємства з урахуванням специфіки рекреаційної сфери.

Ключові слова: господарська діяльність, ефективність керування, рекреаційна сфера.

Нориганова О.А. Перспективні напрямки і механізми стимулювання інвестицій у туристський комплекс Криму

У статті розглядається проблема підвищення інвестиційної активності. Проведено аналіз сучасного стану туристського комплексу Криму, визначені перспективні напрямки й ефективні механізми стимулювання інвестиційної діяльності.

Ключові слова: інвестиції, туристський комплекс, механізм стимулювання.

Хатикова З.В. План іміджблдингу як умова забезпечення впізнаваності туристського підприємства

У статті проаналізовані принципи роботи з іміджблдинговими якостями, іміджева мітка, розроблений план іміджблдингу туристського підприємства.

Ключові слова: зовнішній іміджблдинг, внутрішній іміджблдинг.

ABSTRACTS

Dmitrichenko L.I., Moiseenko K.E. Research of not market economic systems in history of social and economic idea
The historical and economic analysis of the contents of institutional forms and the mechanism of functioning of economic systems is carried out on the basis of methodological approach in the article.
Key words: metatheory, economic system, methodological approach, historical and economic analysis.

Nagorsky Y.A. Formation of social and economic strategy of development of enterprises of industrial sector
Interrelation and interdependence of economic and social factors is proved on the basis of parameters' analysis of economic and social development and various approaches of experts. The basic directions of social and economic development at the given stage are also offered.
Key words: efficiency, strategy, socially - guided economy, corporate management.

Soldatov M.A. Imitating approach to an optimal use problem of renewable natural resources
In the article the stochastic model of optimum use of the resources, based on the analysis of a casual natural increase of a population is offered. The imitating model is developed, allowing to determine an optimum strategy of the field and to conduct researches of efficiency of decisions made.
Key words: natural resources, economic and mathematical modeling.

Glenbotskaya O.G. Basic characteristics of value and cost of services
In the article aspects competitive advantages' formation are presented on the basis of value and quality of services, the model of value of service is offered.
Key words: competitiveness, competitive advantages, value.

Tadyka I.B. Analysis of risks of innovative and investment projects
In the article the probability of approach of investment risks in conditions of uncertainty is considered, strategy of management by investment risks at the present stage of development of economy is generated.
Key words: investments, uncertainty, strategy of management.

Manerov G.M., Trifov A.O. Economic essence and a role of innovational process in mechanical engineering
In the article questions of definition of economic essence and a role of innovational process are considered, the comparative analysis of a condition of innovational processes in Ukraine and the advanced countries is carried out, stages and elements of innovational process of the enterprises of a machine-building complex are determined.
Key words: mechanical engineering, innovational process, the comparative analysis.

Vyazovik S.M. Methodical aspects of an estimation of financing of investment programs of enterprises
Techniques of an estimation of efficiency of investment projects of the enterprises are analyzed. Problems of estimation of projects' efficiency and programs are revealed. The basic criterion of an estimation of efficiency of investment programs is determined.
Key words: the investment program of the enterprise, efficiency, the price of the investment capital.

Obukhova Y.O. Analysis and modeling of investment risk at making innovational decisions
Existing methods of an estimation of investment risks are analyzed, substantive provisions of an estimation of risks of innovational projects are formulated.
Key words: risk, the innovational project, methods of estimation.

Poteeva M.A. Reserve of industrial and admission seaports of the Crimean Autonomous Republic
In the article the analysis of work of the enterprises of sea transport is carried out, the substantiation on carrying out of organizational and technological improvements proceeding from requirements of the regional market is given.
Key words: sea transport, social and economic development, throughput, cargo processing.

Kruglov M.V. Strategic planning as basic method of state regulation of development of the market of services in the Crimean Autonomous Republic
Necessity of use of strategic planning, forecasting and the analysis of development of the market of services is proved.
Key words: a recreational complex, tourist's industry, strategy, planning.

Nalivaichenko E.V. Problem and ways of achievement of economic growth at the present stage for the states CIS
In the article a way out for expansion problem and trade deepening and economic cooperation is offered by means of transfer to free trade area's functioning.
Key words: cooperation, economic integration, free trade area.

Riss M.O. Estimation of competitiveness of national manufacturers

In the article factors of competitiveness are determined, perspective directions of an estimation of competitiveness of national manufacturers are offered.

Key words: competitiveness of the goods, standards.

Rekova N.Y. Model of planning of production management of the machine-building enterprises

In the article problems of production control of the machine-building enterprises are considered, necessity of development of model of the production management is argued, allowing to optimize volumes and qualitative characteristics of the production.

Key words: mechanical engineering, effective planning, management, production.

Goncharuk N.V. Condition of industrial potential of grape and wine making branches of Sevastopol

The author submits results of research on a problem of perfection of management in industrial potential of the enterprises, which grow and process grape.

Key words: wine making branch, potential, management.

Kovalenko N.A. Economic efficiency of use of wind-driven powerplan capacity of 100 and more kw for direct power supply of settlements

The analysis of use of various kinds of power resources is carried out. Offers on use wind-driven powerplan for direct power supply of settlements are given.

Key words: wind-driven powerplan, power resources, power supply.

Pashentsev A.I. Model of ecological analysis of enterprise activity

The model of carrying out the ecological analysis is worked out, on the basis of the described model an analysis of ecological condition of an enterprise is carried out.

Key words: ecological management, ecological risk, ecological audit.

Smetanko A.V. Organizational aspects of carrying out of auditor checks at enterprises of various patterns of ownership

The analysis of world situation and standards of audit is carried out, stages and phases of carrying out of audit are offered, the research is adapted under specific goals and tasks.

Key words: audit, auditor checks, auditor conclusions, standards.

Ryvkina O.L. Structure of strategy realization management mechanism of enterprise

The essence of the mechanism of the organization of management is presented by realization of strategy, the structure and purpose of each of elements is proved.

Key words: the mechanism of management, strategy, management, structure.

Tkachenko T.I. Development of enterprise activity in tourism

Aspects of activization of enterprise activity of tourist subjects of managing are analyzed. Offers on increasing economic activity of an enterprise on all hierarchical levels of development of tourism are given.

Key words: business, stability, development, tourism.

Rogatenyuk E.V. Feature of the mechanism of pricing in a recreation and economic complex of region

In the article theoretical approaches to a substantiation of the model describing the mechanism of interrelation between price quoting factors and the purposes of the recreational enterprises are stated. Features of the mechanism of pricing on a resort and recreational and tourist's and recreational product of region are revealed.

Key words: price quoting factors, mechanism of pricing, resort and recreational product, tourist's and recreational product.

Kal'kova N.N. Approach to an estimation of dependence of efficiency of economic activities of the recreational enterprise from a level of a control system of marketing

The technique of an estimation of efficiency of economic activities of the enterprise is considered in view of specificity of recreational sphere.

Key words: economic activities, management efficiency, recreational sphere.

Noriganova O.A. Perspective of direction and mechanisms of stimulation of investments into a tourist complex of the Crimea

In the article the problem of increase of investment activity is considered. The analysis of a modern condition of a tourist complex of Crimea is carried out, perspective directions and effective mechanisms of stimulation of investment activity are determined.

Key words: investments, a tourist complex, the mechanism of stimulation.

Hatikova Z.V. Plan of imagebuilding as condition of maintenance of recognition of the tourist enterprise

In the article principles of work with imagebuilding qualities, image label are analyzed, the plan of imagebuilding at a tourist enterprise is developed.

Key words: external imagebuilding, internal imagebuilding.

НАШИ АВТОРЫ

- Дмитриченко Л.И.* – д.э.н., профессор, Донецкий национальный университет
- Моисеенко К.Е.* – аспирант, Донецкий национальный университет
- Нагорский Ю.А.* – старший преподаватель, Таврический национальный университет им. В.И. Вернадского
- Солдатов М.А.* – к.ф.-м.н., доцент, Таврический национальный университет им. В.И. Вернадского
- Гленбоцкая О.Г.* – старший преподаватель, Крымский институт предпринимательства и хозяйственного права
- Тадыка И.Б.* – к.э.н., Институт проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины
- Манеров Г.М.* – к.э.н., доцент, Донецкий национальный технический университет
- Трифов А.О.* – аспирант, Донецкий национальный технический университет
- Вязовик С.М.* – старший преподаватель, Таврический национальный университет им. В.И. Вернадского
- Обухова Ю.О.* – аспирант, Таврический национальный университет им. В.И. Вернадского
- Потеева М.А.* – старший преподаватель, Симферопольский экономико-гуманитарный институт
- Круглова М.В.* – аспирант, Таврический национальный университет им. В.И. Вернадского
- Наливайченко Е.В.* – соискатель, Таврический национальный университет им. В.И. Вернадского
- Рисс М.А.* – аспирант, Донецкий государственный университет управления
- Рекова Н.Ю.* – к.э.н., доцент, Донецкий государственный университет управления
- Гончарук Н.В.* – аспирант, отдел экономики ИВиВ «Магарач»
- Коваленко Н.А.* – аспирант, Национальная академия природоохранного и курортного строительства
- Пашенцев А.И.* – к.т.н., доцент, Таврический национальный университет им. В.И. Вернадского
- Сметанко А.В.* – к.э.н., доцент, Крымский экономический институт Киевского национального экономического университета
- Рывкина О.Л.* – старший преподаватель, Национальная академия природоохранного и курортного строительства
- Ткаченко Т.И.* – к.э.н., профессор, Киевский национальный торгово-экономический университет
- Рогатенюк Э.В.* – старший преподаватель, Национальная академия природоохранного и курортного строительства
- Калькова Н.Н.* – соискатель, Национальная академия природоохранного и курортного строительства
- Нориганова О.А.* – аспирант, Таврический национальный университет им. В.И. Вернадского
- Хатикова З.В.* – соискатель, Ялтинский университет менеджмента

Выписка из постановления

ПРЕЗИДИУМА ВЫСШЕЙ АТТЕСТАЦИОННОЙ КОМИССИИ УКРАИНЫ

15 января 2003 г.

г. Киев №7-05/1

О повышении требований к профессиональным изданиям, занесенным в список ВАК Украины

п.3. Необходимые элементы научной статьи:

1. Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными или практическими заданиями;
2. Анализ последних исследований и публикаций, в которых заложена развязка данной проблемы и на которые опирается автор;
3. Выделение нерешенных ранее частей общей проблемы, которым посвящается данная статья;
4. Формулирование целей статьи (постановка задания);
5. Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных результатов;
6. Выводы по данному исследованию и перспективы дальнейших поисков в данном направлении.

Требования к авторским рукописям журнала «Экономика Крыма»

1. Для публикации в журнале принимаются ранее не публиковавшиеся работы в сфере экономики, менеджмента, предпринимательства, маркетинга, финансов, страхования, биржевого и банковского дела, экологии, рекреации и туризма, международного бизнеса, а также методический и практический материал по подготовке специалистов в сфере экономики и управления. Публикации должны соответствовать требованиям ВАК от 15 января 2003 г. №7-05/1.

2. Рукопись предоставляется в 2-х экземплярах (на русском, украинском или английском языке), напечатанная с одной стороны листа формата А-4, через 1,5 интервала, шрифт –14 кегль. Объем рукописи в пределах 6-10 страниц, включая рисунки, таблицы, список литературы. Страницы рукописи должны быть последовательно пронумерованы (в правом нижнем углу страницы).

Вместе с распечатанным текстом рукописи представляется компьютерная дискета 3,5” с файлом рукописи (название файла должно соответствовать фамилии автора), Word 6.0, 7.0, 95, 97, шрифт Times New Roman Cyr.

3. В верхнем левом углу первой страницы проставляется индекс УДК. В правом верхнем углу располагается фамилия и инициалы автора (авторов) с указанием ученой степени каждого (если имеется), посередине – название статьи, и далее – основной текст.

4. Перечень литературных источников (только те, на которые идет ссылка) дается общим списком в конце рукописи и составляется в порядке очередности ссылок по тексту на языке оригинала соответственно действующему ГОСТу и требований ВАК – Бюллетень №2, 2000 г. - С. 61-62.

5. Вместе с рукописью статьи на отдельных листах предоставляется:

- фамилия, имя, отчество (полностью) авторов, название статьи, аннотация и ключевые слова на трех языках (русский, украинский, английский);
- сообщение об авторах (на русском языке) с указанием фамилии, имени, отчества, ученой степени, звания, места работы, адреса и телефона для контактов;
- две рецензии.

6. Авторы опубликованных материалов несут ответственность за точность приведенных фактов, цитат, экономических данных, собственных имен, географических названий и других сведений, а также за то, что в материалах не содержатся данные, не подлежащие открытой публикации.

7. Окончательное решение о публикации принимает Редакционная коллегия. Редакционная коллегия журнала оставляет за собой право при необходимости вносить изменения редакционного характера без согласования с автором.

8. Рукописи не возвращаются.

Підп. до друку 02.06.05. Формат 60x94 1/8. Папір офсетний. Друк різнографний.
Ум. друк. арк. 9,9 Обл.-вид. арк. 10,3. Тираж 400 прим. Замовлення №
Видавниче підприємство “НАПКБ” м. Сімферополь, вул. Павленко, 5, 95000