



УЧЕНЫЕ ЗАПИСКИ

ТАВРИЧЕСКОГО
НАЦИОНАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА
им. В. И. Вернадского

Том 14 (53). № 2
Экономика

Симферополь
2011

УЧЕНЫЕ ЗАПИСКИ
**ТАВРИЧЕСКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО
УНИВЕРСИТЕТА им. В. И. ВЕРНАДСКОГО**

Научный журнал

Том 14 (53). №2

Экономика.

Симферополь, Таврический национальный университет им. В. И. Вернадского, 2001

Журнал основан в 1918 г.

Редакционная коллегия:

Багров Н. В. – главный редактор
Бержанский В. Н. – заместитель главного редактора
Ена В. Г. – ответственный секретарь

Редакционный совет:

Физические науки

Бержанский В. Н. (редактор отдела),
Воляр А. В., Мицай Ю. Н., Пономаренко В. И.,
Тёрез Э. И.

Математические науки

Донской В. И., Копачевский Н. Д. (редактор
отдела), Кужель А. В., Персидский С. К.,
Чехов В. Н.

Биологические науки

Коренюк Й. И., Мананков М. К.,
Сидякин В. Г., Темурьяц Н. А.,
Юрахно М. В. (редактор отдела)

Химические науки

Дрюк В. Г., Конощенко С. В.,
Федоренко А. М., Чирва В. Я. (редактор
отдела), Шульгин В. Ф.

Экономические науки

Ефремов А. В., Крамаренко В. И.,
Кудряшов А. П., Нагорская М. Н.,
Унковская Т. Е., Подсолопко В. А. (редактор
отдела)

Географические науки

Боков В. А. (редактор отдела), Ломакин П. В.,
Олиферов А. Н., Пистун Н. Д.,
Нозаченюк Е. А., Тарасенко В. С.,
Топчиев А. Г.

Экономика и предпринимательство

Апатова Н. В., Крамаренко В. И.,
Кудряшов В. А., Нагорская М. Н. (редактор
отдела), Никитина М. Г., Новиков Ю. Н.,
Руденко А. И.

Филологические науки

Казарин В. П. (редактор отдела),
Киречек П. М., Меметов А. М.,
Новикова М. А., Орехова Л. А.,
Петренко А. Д.,
Рудяков А. Н.

Исторические науки

Айбабин А. И., Буров Г. М.,
Дементьев Н. Е., Урсю Д. П.,
Филимонов С. Б. (редактор отдела)

Философские науки

Берестовская Д. С., Лазарев Ф. В. (редактор
отдела), Мартынюк Ю. Н., Николко В. Н.,
Шоркин А. Д.

Политические науки

Артиох П. И., Габриелян О. А. (редактор
отдела), Калыной И. И., Кащенко С. Г., Муляр
В. И., Швецова А. В., Юрченко С. В.

Педагогические науки

Апатова Н. В., Глузман А. В. (редактор
отдела), Заслуженюк В. Н., Игнатенко Н. Я.,
Калин В. К.

Физическое воспитание и спорт

Буков Ю. А., Ефименко А. М.,
Лейкин М. Г. (редактор отдела)
Муравов И. В., Похолинчук Ю. Т.

© Тавріческий національний університет, 2001 г.

Подписано в печать 12.10.2001. Формат 70x100 1/16

7.2 усл. л. 8,2 уч.-изд. л. Тираж 500. Заказ № 280.

Отпечатано в информационно-издательском отделе ТНУ.

ул. Ялтинская, 4, г. Сімферополь, 95007

"Ученіє запісі Тавріческого національного університета ім. В. І. Вернадського"

Науковий журнал. Том 14(53). №2. Економіка.

Сімферополь, Таврійський національний університет ім. В. І. Вернадського. 2001

Журнал заснований у 1918 р

Адреса редакції: вул. Ялтинська, 4, м. Сімферополь, 95007

Надруковано у інформаційно-видавницькому відділі Таврійського національного університету
ім. В. І. Вернадського. Вул. Ялтинська, 4, м. Сімферополь, 95007

УЧЕНЫЕ ЗАПИСКИ
**ТАВРИЧЕСКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО
УНИВЕРСИТЕТА им. В. И. ВЕРНАДСКОГО**

Научный журнал

Том 14 (53). №2

Экономика.

Симферополь, Таврический национальный университет им. В. И. Вернадского, 2001

Журнал основан в 1918 г.

Редакционная коллегия:

Багров Н. В. – главный редактор
Бержанский В. Н. – заместитель главного редактора
Ена В. Г. – ответственный секретарь

Редакционный совет:

Физические науки

Бержанский В. Н. (редактор отдела),
Воляр А. В., Мицай Ю. Н., Пономаренко В. И.,
Тёрез Э. И.

Математические науки

Донской В. И., Копачевский Н. Д. (редактор
отдела), Кужель А. В., Персидский С. К.,
Чехов В. Н.

Биологические науки

Коренюк Й. И., Мананков М. К.,
Сидякин В. Г., Темурьяц Н. А.,
Юрахно М. В. (редактор отдела)

Химические науки

Дрюк В. Г., Конощенко С. В.,
Федоренко А. М., Чирва В. Я. (редактор
отдела), Шульгин В. Ф.

Экономические науки

Ефремов А. В., Крамаренко В. И.,
Кудряшов А. П., Нагорская М. Н.,
Унковская Т. Е., Подсолопко В. А. (редактор
отдела)

Географические науки

Боков В. А. (редактор отдела), Ломакин П. В.,
Олиферов А. Н., Пистун Н. Д.,
Нозаченюк Е. А., Тарасенко В. С.,
Топчиев А. Г.

Экономика и предпринимательство

Апатова Н. В., Крамаренко В. И.,
Кудряшов В. А., Нагорская М. Н. (редактор
отдела), Никитина М. Г., Новиков Ю. Н.,
Руденко А. И.

Филологические науки

Казарин В. П. (редактор отдела),
Киречек П. М., Меметов А. М.,
Новикова М. А., Орехова Л. А.,
Петренко А. Д.,
Рудяков А. Н.

Исторические науки

Айбабин А. И., Буров Г. М.,
Дементьев Н. Е., Урсю Д. П.,
Филимонов С. Б. (редактор отдела)

Философские науки

Берестовская Д. С., Лазарев Ф. В. (редактор
отдела), Мартынюк Ю. Н., Николко В. Н.,
Шоркин А. Д.

Политические науки

Артиох П. И., Габриелян О. А. (редактор
отдела), Калыной И. И., Кащенко С. Г., Муляр
В. И., Швецова А. В., Юрченко С. В.

Педагогические науки

Апатова Н. В., Глузман А. В. (редактор
отдела), Заслуженюк В. Н., Игнатенко Н. Я.,
Калин В. К.

Физическое воспитание и спорт

Буков Ю. А., Ефименко А. М.,
Лейкин М. Г. (редактор отдела)
Муравов И. В., Похолинчук Ю. Т.

© Тавріческий національний університет, 2001 г.

Подписано в печать 12.10.2001. Формат 70x100 1/16

7.2 усл. л. 8,2 уч.-изд. л. Тираж 500. Заказ № 280.

Отпечатано в информационно-издательском отделе ТНУ.

ул. Ялтинская, 4, г. Сімферополь, 95007

"Ученіє запісі Тавріческого національного університета ім. В. І. Вернадського"

Науковий журнал. Том 14(53). №2. Економіка.

Сімферополь, Таврійський національний університет ім. В. І. Вернадського. 2001

Журнал заснований у 1918 р

Адреса редакції: вул. Ялтинська, 4, м. Сімферополь, 95007

Надруковано у інформаційно-видавницькому відділі Таврійського національного університету
ім. В. І. Вернадського. Вул. Ялтинська, 4, м. Сімферополь, 95007

УДК: 338.050Я73

Василенко В.А.

БАЗА ОПЕРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СИСТЕМЕ ФУНКЦИОНАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Высокая степень неопределенности развития событий во внешней среде и неожиданные их воздействия на организацию заставляет предприятия динамично функционировать и быть готовым к различным их проявлениям внутри организации. Кроме того, внутренняя стабильность на предприятиях зачастую тоже бывает минимой. Поломки машин и механизмов, перебои в материально-техническом обеспечении, социальные и другие факторы способны привести к сбоям в производстве и различным отклонениям от запланированных параметров.

Хозяйственному руководителю необходимо уметь предвидеть причины и источники возникновения проблемных ситуаций и иметь в запасе заранее спроектированный механизм их разрешения для того, чтобы имеющимися ресурсами и возможностями можно было достичь поставленной цели.

На стадии стратегического планирования главной задачей менеджера является прогнозирование и недопущение проблемных, особенно, кризисных ситуаций для фирмы. На уровне производственного или как еще его называют операционного менеджмента управление должно осуществляться по контрольным точкам достижения поставленной цели[1,2,3].

Особый интерес в рамках производственного менеджмента представляет собой технология оперативного управления, связанного с месячным и недельно-суточным планированием и системой производства, когда менеджеру приходится ежедневно, буквально ежечасно вмешиваться в производственный процесс с целью его стабилизации и вхождения в график.

Известно, что практически все объекты управления в экономике являются динамическими системами. Это, в первую очередь, объясняется вероятностным (стохастическим) характером работы предприятий, организаций, являющихся ее первичным звеном.

Вероятностный ход производства любого продукта (товара, услуги, знаний, информации) диктуется не только воздействием различных факторов внешней и внутренней среды организации, но и поведением каждой составляющей подсистемы (планирующей, обеспечивающей, перерабатывающей) и ее элементов (средства и предметы труда, коммуникаций, отдельные работники и коллектив в целом).

Кроме того, производственная система, функционируя во времени, в большей или меньшей степени обладает инерционностью, что может способствовать или препятствовать фирме в достижении поставленных целей.

В связи с вышесказанным необходимо заметить, что любая динамическая система, созданная человеком, нуждается в стабильном, выгодном для него функцио-

нировании, что, в свою очередь, требует его активного вмешательства. Это вмешательство человека осуществляется с помощью таких функций управления как учет, контроль, анализ, регулирование, координация и мотивация. Не умаляется здесь роль и других функций менеджмента, таких как прогнозирование (предвидение развития ситуации), оперативное планирование, четкая организация производства и руководство людьми.

Необходимость вмешательства человека в ход производственного процесса диктуется также и тем обстоятельством, что даже стабильное и устойчивое состояние производства и самой системы менеджмента [4] носит чисто внешний, кажущийся, то есть квазистабильный характер [5]. На самом деле все объекты управления и элементы ее системы не являются строго стабильными, изменяются в малых долях качественно и количественно и представляют собой перманентно развивающуюся во времени и пространстве категорию. При этом под понятием «развитие» следует понимать как прогрессивное, так и регрессивное изменение объекта.

Следует учитывать, что эти малые колебания (флуктуации) не так уж безобидны и под воздействием даже незначительных внешних или внутренних факторов в силу своей синергетической природы могут неожиданно проявиться в виде реально ощущимых и значительных отклонений фактического хода производства работ от запланированного.

Интересным, на наш взгляд, является мнение, что внешние воздействия, выводящие систему из состояния равновесия, могут вызвать стимулирующие процессы, стремящиеся ослабить результаты этого воздействия. А также процесс перехода (возврата) в равновесное состояние под действием управляющих воздействий называемый релаксацией. В таких случаях говорят, что данное явление носит рекурентный (возвращающийся) характер.

Состояние экономической системы обычно называют устойчивым, если отклонения от него остаются сколь угодно малыми при любых изменениях действующих сил. Устойчивость разного типа определяется различными методами. Точная и строгая теория устойчивости систем описывается обыкновенными дифференциальными уравнениями и создана А.М. Ляпуновым еще в 1892 г.[6].

Понятие «равновесие» и, связанное с ним понятие устойчивости играют важную эвристическую роль в изучении динамично развивающихся систем, выступая в качестве одной из условных точек отсчета, крайне необходимой исследователю. Целью данной работы глубокое изучение всех описанных явлений не является. Нас в данном случае интересует: «Что является базой, основой эффективного оперативной работы менеджера и как, каким образом, учитывая изложенные положения можно эффективно контролировать и управлять производством по заранее составленным оперативным планам?» Попытаемся ответить на поставленные вопросы.

Известно, что рынок, эколого-социо-экономические явления и кризисы служат предметом постоянного беспокойства руководителей организаций любого уровня. Оказывая ежедневное, ежечасное влияние на эффективность функционирования системы менеджмента, они требуют принятия мер по доведению фирмы до уровня изменяющихся воздействий внешней среды.

К основным группам факторов внешней среды можно отнести:

темпы НТП в области деятельности фирмы и в смежных областях (Φ_1);
 запросы потребителей и их претензии о выпускаемым товарам (Φ_2);
 политика поставщиков и рыночная стратегия конкурентов (Φ_3);
 государственная политика и внешнеэкономическая деятельность (Φ_4);
 ценовая и социальная политика (Φ_5);
 другие факторы инфраструктуры рынка, экологические и социальные требования макросреды фирмы и инфраструктуры региона (Φ_6);
 Воздействие отдельной группы факторов фирма еще может учесть и принять соответствующие меры. Однако учесть воздействие сразу всех шести групп, состоящих из множества элементов, представляет собой сложнейшую проблему, что хорошо видно из рисунка 1.

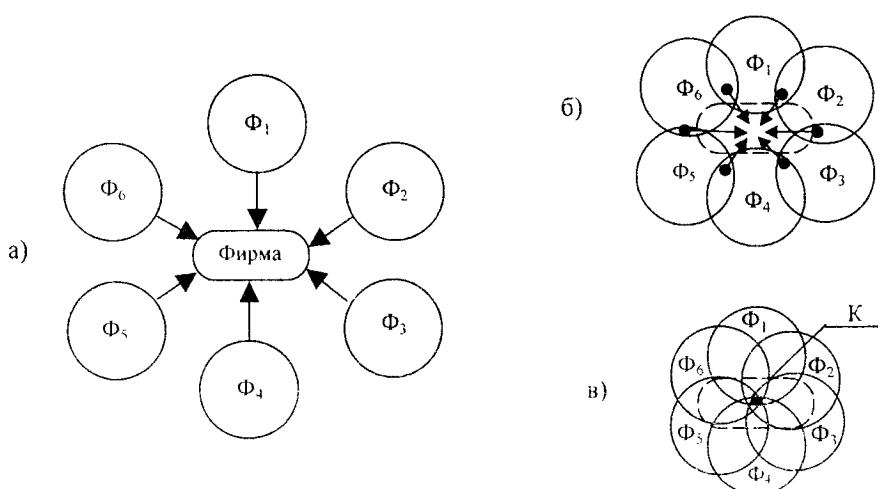


Рис.1. Возможные варианты воздействия на фирму групп факторов

На рис.1 представлены варианты воздействия факторов внешней среды на фирму. Причем, на первом рисунке (рис.1а) условно показаны возможные влияния отдельных групп факторов, во втором случае – возможность парного воздействия и, наконец, в третьем – совокупное одновременное воздействие всех групп на фирму. Такое совокупное влияние является вполне очевидным и по первому рисунку (рис.1а), но с помощью изображения (рис.1в) можно более наглядно представить себе и резкое возрастание синергетического эффекта при изменении стабильного положения хотя бы одной из групп.

„Болевая“ точка K , область восприятия фирмой ударов внешней среды весьма чувствительна ко всяким изменениям окружения, и организация должна быть готова к ним. Если проанализировать развитие проблемной кризисной ситуации в общем случае (рис.2), то можно зафиксировать его отдельные характерные этапы:

работа по графику (t_i);

*Кризис может наступать внезапно, развиваться перманентно, но реакцию на него и определенные действия персонала можно выразить дискретно.

- приближение кризиса (t_n);
- скрытая форма кризиса (t_c);
- проявление кризиса (t_n);
- обвальный кризис (t_o);
- адаптация к кризису – анализ, прогноз, план ликвидации (t_{cm});
- локализация и стабилизация кризиса (t_{cm});
- ликвидация кризиса (t_s);
- восстановление системы (t_w);
- вхождение в график (t_j);
- последствия кризиса и анализ (t_n').

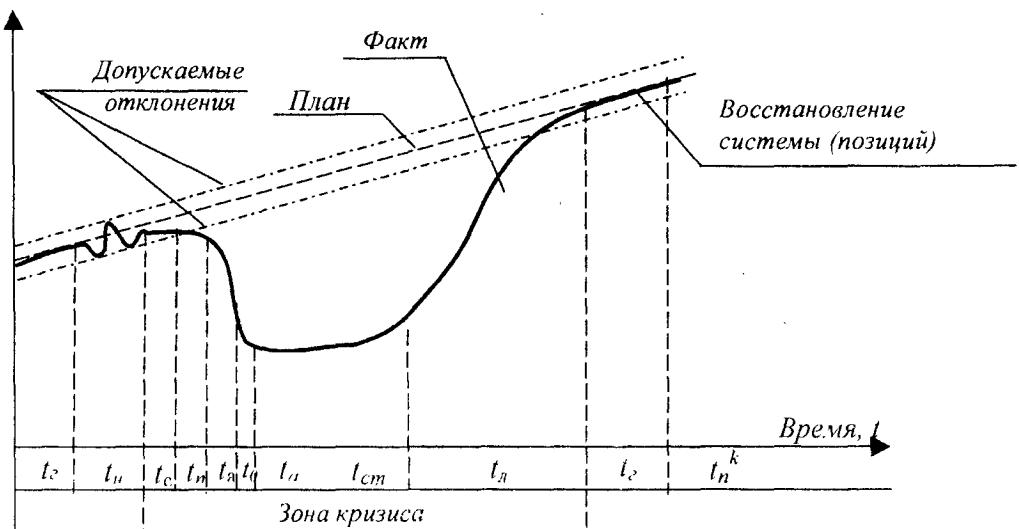


Рис.2. Гипотетическая проблемная (кризисная) ситуация

На приведенном рисунке изображен предполагаемый (гипотетический) сценарий развития перечисленных этапов и глубина проявления кризиса по отношению к запланированному ходу производства, величина которых неодинакова. Отдельные этапы могут быть в явной или неявной форме, некоторые из них вообще могут отсутствовать. Больше того, в данном случае приведены этапы с благоприятным конечным результатом, то есть пример релаксации, в противном, чрезвычайном варианте исход кризиса для предприятия может закончиться разрушением фирмы, полным её крахом или банкротством. Подробно такая ситуация рассмотрена в работе [5].

Конечно, события, иллюстрируемые рис.2, могут развиваться не только под давлением внешних факторов. Они могут таковыми и в силу чисто внутренних причин (выход из строя машин и механизмов, перебои в подсистеме обеспечения, организационные неувязки, ошибки персонала и т.д.).

Нас данная иллюстрация интересует лишь с точки зрения событий, происходящих в зоне допускаемых отклонений, то есть на первых трех этапах t_r , t_h , t_c . Это связано с тем, что именно в этой внешне благополучной зоне, формируются угрозы стабильности работы фирмы и назревают кризисные явления, предотвращение и

ликвидация которых – первейшая задача производственного, или как его называют за рубежом – операционного менеджера.

В зоне допускаемых отклонений еще приемами функционального (а не ситуационного, антикризисного, адаптивного [5]) менеджмента можно эффективно управлять с меньшей долей риска и меньшими затратами. Поэтому, выяснение и определение величины допускаемых отклонений на каждом характерном этапе, например, временном (граница какого-либо периода: месяц, неделя, сутки, директивные сроки) либо организационно-технологическом (завершение узла или комплекса работ, передача фронта работ или части продукции смежникам) является актуальной задачей для теории и практики менеджмента.

Если более подробно проанализировать ситуацию, складывающуюся в данной зоне, то ее удобно рассматривать в виде графического представления в виде рисунка 3. На этом рисунке отображен фрагмент планового, фактического и вероятностного хода событий (линии поведения) объекта исследования. В качестве предмета исследования могут выступать: производственная функция, выручка, доход, некоторые задания, то есть любые необходимые нам показатели в зависимости от поставленной задачи, объемов и вида производства, плановых периодов.

Зона допускаемых отклонений представлена в виде четырех периодов, например, недель в разрезе месяца – планового отрезка времени.

Жирными стрелками показан фактический ход производства (сплошная линия) и запланированный (пунктиром) путь достижения цели фирмы. Тонкими пунктирными (точечными) линиями показаны некоторые возможные (вероятностные) пути развития событий (дрейф показателей). По итогам каждого периода построена кривая плотности распределения. Рассогласование между планом и фактом, наблюдаются на каждом рассматриваемом этапе. На рис.3. эти рассогласования условно показаны только в самом начале (ΔD_0) и по завершению второго периода – в точке 2 (ΔD_2).

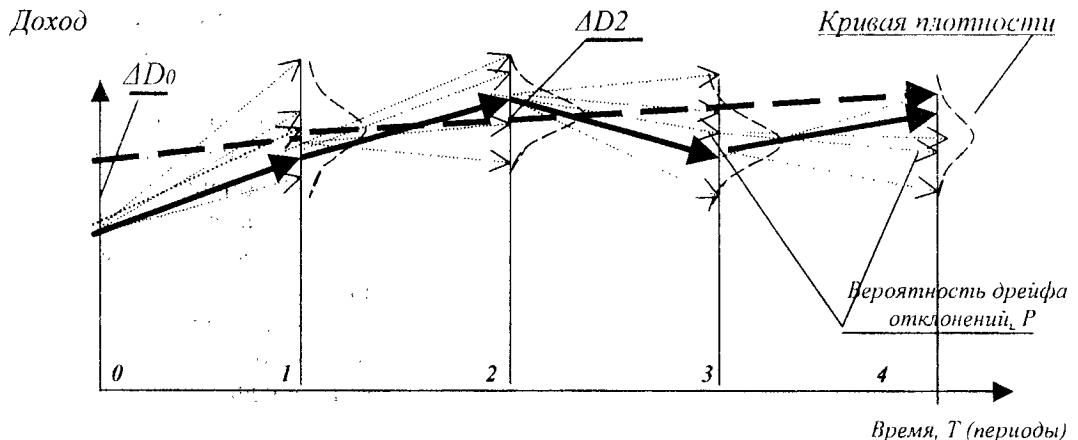


Рис.3. Изменение частоты и направления случайного дрейфа показателей
 → - плановая траектория достижения цели; → - возможные изменения частот;
 → - фактическая линия работы фирмы; > - закон распределения

Как видно из приведенного рисунка рассогласование (несовпадение) рассматриваемых параметров отмечается в каждой вершине кусочно-линейной функции. Это несовпадение запланированных и фактических величин могут быть различными по знаку, то есть как положительными, так и отрицательными: Если фактические показатели превышают запланированные, то отклонения считаются положительными (случай ΔD_2). В противном случае – отрицательными (точки 0, 1,3 и 4).

Было бы большим заблуждением считать неблагоприятными только отрицательные отклонения.

Действительно, недовыполнение планов приводит к падению прибыли, срывам контрактов, падению престижа фирмы. Это ясно. Кроме того, это недовыполнение может служить и в некотором роде сигналом, пусть даже и слабым, о существующем неблагополучии или грядущих неприятностях. Поэтому, менеджер должен внимательно относиться даже к незначительным колебаниям рассматриваемого показателя.

Менеджеру всегда должен помнить, что и неожиданное превышение запланированных показателей – не благо. Во-первых, это говорит о низком качестве планирования, допускающего такую возможность. Во-вторых, указывает на наличие сверхплановых (излишних) с точки зрения рачительности (экономичности) определенных ресурсов, излишок которых ведет к росту себестоимости. И, наконец, в-третьих, любые ресурсы всегда ограничены (и в природе и на предприятии).

Как видно из рисунка автором априори принят нормальный закон распределения, как наиболее часто встречающийся в экономических системах. Естественно, нормальный закон в чистом виде в таких случаях вряд ли встречается, но с определенными допущениями его вполне можно применить. Это будет справедливым, если нормальный закон рассматривать не в виде распределения строго симметричных вариационных рядов, а в виде асимметричных рядов с левосторонними или правосторонними асимметриями и переменным эксцессом (круготи распределения).

При выравнивании таких рядов, естественно, важно найти и такую кривую, которая учитывала бы и асимметрию и эксцесс ряда. Для рядов с умеренной асимметрией такой кривой может служить распределение Шарлье, математическое выражение которого приводится в работе Г.Л. Громыко[7].

Проверив на практике закон распределения и, скорректировав его для каждого производства и конкретных условий, с помощью подсчетов среднеквадратических отклонений и дисперсии можно определять допустимые отклонения хода работ от плановых показателей, которые можно закладывать в разрабатываемые планы.

Среднеквадратическое отклонение (σ) в значительной мере определяет очертание кривой нормального распределения. Следовательно, в зависимости от важности, вида производства и планируемых показателей в качестве границ дрейфа (допустимых отклонений) можно принимать величину, равную σ или 2σ . При расстоянии σ с каждой стороны от средней арифметической площадь между ординатами распределения составляет 68,3% всей площади. При использовании правила двух сигм (2σ) площадь увеличивается и составляет уже 95,4%.

Принятие допустимых границ должно осуществляться строго индивидуально для каждого предприятия, организации, фирмы в зависимости от вида работ и планируемых показателей, а также интервала планирования (квартал, месяц, неделя, сутки).

БАЗА ОПЕРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СИСТЕМЕ ФУНКЦИОНАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

На практике далеко не всегда задумываются над численными величинами допускаемых отклонений. В лучшем случае отклонения от плана интуитивно считаются допустимыми при его колебаниях в пределах 5 – 8%.

Предлагаемый подход, как нам кажется, имеет право на жизнь, так как он вполне научно опирается на теорию вероятностей, законы математической статистики и легко может быть проверен в производственных условиях.

Практическая применимость метода позволит работникам, разрабатывающим проекты производства работ, и менеджерам более четко и корректно составлять оперативные планы и достигать их обычными функциональными приемами производственного менеджмента. А это значительно проще и дешевле приемов ситуационного (антикризисного) менеджмента, к которому часто вынуждены прибегать менеджеры в большинстве проблемных ситуаций, устранение которых требует значительных дополнительных затрат [5]. Это зачастую происходит при игнорировании предкризисных явлений и сопровождающих их слабых сигналов именно в этой коварной зоне допустимых отклонений.

Иначе говоря, перед производственным менеджером, контролирующим ход производства на любом этапе всегда под рукой инструмент, позволяющий контролировать производственный процесс на базе допустимых отклонений, в пределах которых цель будет достигнута.

Вполне понятно, что данное обстоятельство не дает ему право расслабляться, даже если работа идет в пределах установленных отклонений, так как это чревато серьезными последствиями в случае пропуска слабых предупреждающих сигналов. В то же время разработанные допускаемые отклонения в определенных контрольных точках позволяют фирме работать устойчиво, а руководителю относительно безопасно маневрировать отдельными видами ресурсов в пределах или с учетом установленных ограничений.

Список литературы

1. Кунц Г., О'Доннел. Управление: системный и ситуационный анализ управленческих функций. М.: Прогресс. 1981.
2. Экономическая стратегия фирмы. / под ред. проф. Градова. – 2-е изд. – СПб: Специальная литература, 1999.
3. Василенко В.А., Узунов В.Н. Система менеджмента. (Учебное пособие). Симферополь, ИЭУ, 2000. – Т.2, - 370 с.
4. Василенко В.А. Менеджеры и концепция системы современного менеджмента// Культура народов Причерноморья. - Симферополь, 1999. -№ 9. – С. 16-20
5. Василенко В.А. От функционального к ситуационному менеджменту// Культура народов Причерноморья. - Симферополь, 1999. -№ 8. – С. 14-19.
6. Советский энциклопедический словарь. М.: Сов. энциклопедия, 1984, – 644 с.
7. Грёмыко Г.Л. Статистика. М.: Изд-во московского университета, 1986, - 334 с.

УДК 336:502:348.141

Грец О.П.

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ БАНК КАК ЭЛЕМЕНТ РЫНОЧНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЕГИОНАЛЬНОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЕМ

Обострение экологической ситуации в Украине становится наиболее ощущимым в условиях кризисных явлений в экономике. Оздоровление и охрана окружающей среды особенно актуализируются в связи с высоким уровнем износа основных фондов, недостаточным их обновлением, требуют оптимизации производства и превращения прямых затрат на экологические нужды в одну из главных составляющих нагрузки на экономическую систему.

Возможности обеспечения сбалансированного устойчивого развития общества и природной среды в условиях рынка, хозяйственной самостоятельности предприятий и административных территорий в значительной степени определяются качеством учета эколого-экономических затрат, эффективностью функционирования территориальной системы управления природопользованием.

Практика территориального управления природопользованием в зарубежных странах и современный отечественный опыт свидетельствуют, что в рыночных условиях хозяйствования невозможно обеспечение эффективного регионального управления без приоритетного развития рынка экологических услуг и функционирования экологической инфраструктуры [1;6;7;8;9].

В системе экологической инфраструктуры выделяют организации различной функциональной ориентации с различными формами собственности. В соответствии с критерием территориальной организации можно обосновать следующую иерархию:

уровень предприятия, предполагающий наличие специализированных подразделений предприятия по воспроизведству и охране природной среды в регионе;

региональный уровень предусматривает наличие специальных предприятий и служит по охране и воспроизведству природной среды в пределах региона;

государственный уровень обеспечивается деятельностью специализированных объединений и служб для решения межрегиональных экологических проблем;

международный уровень характеризуется решением межгосударственных экологических проблем.

Фоменко Г.А. в числе предприятий и организаций, формирующих систему экологической инфраструктуры регионального уровня выделяет, согласно критерию функциональной ориентации и характера организации работ подразделения, выполняющие научно-исследовательскую деятельность по изучению природно-ресурсного потенциала и окружающей среды, осуществляющие воспроизводство природной среды, оказывающие экологические услуги субъектам хозяйственной

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ БАНК КАК ЭЛЕМЕНТ РЫНОЧНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЕГИОНАЛЬНОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЕМ

деятельности, а также обеспечивающие функционирование самой экологической инфраструктуры [3;4].

На современном этапе экономического развития успешное решение проблем, связанных с использованием, охраной и воспроизводством природных ресурсов, окружающей природной среды в целом, в значительной мере определяется совершенством форм и методов финансирования и кредитования природоохранных мероприятий, расчетов между природопользователями и государством, формирования, распределения и расходования фондов денежных средств, стимулирования рационального природопользования. В этой связи, речь идет, по сути, об эффективности функционирования элементов экологической инфраструктуры финансово-кредитного характера, выделяющихся в системе территориального управления природопользованием.

Территориальные государственные органы по управлению природопользованием, находясь на бюджетном финансировании, не в состоянии самостоятельно решить весь круг вопросов, связанных с реализацией задач по переходу к устойчивому, экологически безопасному развитию региона. Поэтому, безусловно актуальной видится деятельность внебюджетных организаций, направленная на реализацию экологической политики.

Введение в 1992 году в Украине принципа платности в системе природопользования повлекло за собой создание системы внебюджетных государственных целевых экологических фондов общегосударственного и регионального уровней. К 1999 году в Украине насчитывалось около 1,5 тыс. экологических фондов, аккумулировавших около 43 млн. гривен [2], что составляет около 50% средств, предусмотренных госбюджетом на финансирование природоохранных мероприятий. Таким образом, экологические фонды, формирующие финансовую систему природопользования в регионах, имеют возможность поддерживать и дополнять государственные расходы на экологические цели – с одной стороны, а с другой – создавать финансовые ресурсы природопользования.

Функционирование экологических фондов вызывает пристальное внимание в связи с выполнением роли современного механизма финансирования экологических инвестиций, движущей силы непосредственных государственных расходов на реализацию основных принципов экологической политики.

Однако, несмотря на определенные успехи в оптимизации системы управления природопользованием, ее эффективность зачастую недостаточна, особенно это справедливо в отношении взимаемых платежей за загрязнение и использование природных ресурсов [5].

Проблема неэффективности вышеуказанных мероприятий возникает, на наш взгляд, в связи с несовершенством формы аккумулирования и перераспределения средств, а также по причине резкого снижения их реального объема вследствие инфляции. В практике хозяйствования положение в сфере охраны окружающей среды усугубляется и тем, что большая часть предприятий не имеет средств для борьбы с загрязнением среды. Возможность получения ссуд у банков экономически нереальна для многих предприятий ввиду высоких процентных ставок, что, безусловно, осложняет процесс борьбы с загрязнением окружающей среды.

Выходом из сложившейся ситуации, по нашему мнению, может быть реализация концепции предотвращения влияния инфляционных процессов на средства, аккумулируемые экологическими фондами. Рассмотрение и анализ деятельности экологических фондов через призму необходимости их приращения позволит не только расширить сеть объектов экологической инфраструктуры в регионе, но и обеспечит оптимальные условия по совершенствованию движения финансовых потоков и осуществлению финансовых взаимоотношений на региональном и глобальном уровнях в сфере решения природоохранных проблем.

Реализация превентивных мероприятий по предотвращению влияния инфляционных процессов на деятельность экологического фонда и по обеспечению использования средств с целью их увеличения возможна, на наш взгляд, посредством создания экологических банков. Процесс создания экологического банка следует рассматривать не только как процесс возникновения организации, аккумулирующей и распределяющей накопительные средства, но и как организации, выполняющей функции приумножения средств, а также инвестирования.

На экологический банк, создаваемый на акционерных коммерческих началах, целесообразно возложить следующие функции:

аккумулирование и мобилизация временно свободных денежных средств субъектов природопользования с целью реализации природоохранных программ в регионе;

привлечение на эти же цели временно свободных денежных средств других субъектов хозяйствования, заинтересованных вкладывать средства в экологический банк;

перераспределение средств в наиболее эколого-экономически эффективные виды природопользования;

взаимное кредитование хозяйственных субъектов, эколого-технологически связанных в пределах региона;

экологическое страхование населения и субъектов природопользования;

финансирование программных мероприятий в сфере природопользования в пределах региона.

Ввиду выполнения вышеуказанных функций следует обосновать статус регионального акционерного экологического банка, так как именно статус акционерного банка определяет масштаб выполняемых им функций и круг организационных и финансово-экономических интересов.

Изначально статус акционерного экологического банка определяется способом образования основного капитала и методом управления, что позволяет объединить интересы акционеров и стать финансовой базой для самоуправления в масштабе регионального природопользования. Коммерческий характер банка позволяет вкладывать свободные средства в любые прибыльные сделки, а извлеченные из этого средства направлять на реализацию природоохранных мероприятий. Кроме того, статус экологического банка обуславливает целевую ориентацию его деятельности по финансированию мероприятий по рациональному использованию природных ресурсов, их воспроизводству и охране окружающей природной среды.

Целевая направленность деятельности регионального экологического банка ориентирована на мобилизацию финансовых ресурсов и рационализацию природопользования в пределах конкретной территории, финансирование природосбере-

гающей деятельности хозяйствующих субъектов. Однако, следует отметить, что эти направления банковской деятельности не носят коммерческого характера и не могут стимулировать активизацию предпринимательских начал в сфере природопользования. В то же время, именно статус коммерческого позволяет экологическому банку мобилизовать временно свободные денежные средства как акционеров, так и клиентов банка на выгодных началах, направить финансы в наиболее прибыльные сферы деятельности, в том числе на стимулирование предпринимательства в сфере природопользования, уменьшая тем самым проявление фактора «экономической неэффективности» экологически ориентированного вложения средств.

В осуществлении банковских операций задействованы обязательные платежи хозяйственных субъектов за природопользование, акционерные средства, интегрирующие вложения акционеров с целью получения прибыли, привлеченные средства с условием возврата и заранее оговоренным процентом.

Статус экологического банка определяет направления вложения денежных средств, среди которых:

финансирование программных некоммерческих мероприятий в сфере природопользования;

финансирование и кредитование коммерческой деятельности в сфере природопользования.

Прибыль экологического банка определяется прибылью от соответствующей деятельности коммерческих экологических структур, а также суммой и процентом кредита.

Операционную направленность деятельности экологического банка можно классифицировать на активную и пассивную.

Пассивными операциями экобанка являются операции, образующие его ресурсы для кредитования природоохранных мероприятий, активными – операции, направленные на использование накопленных средств с целью получения прибыли, прежде всего вследствие предоставления клиентам банка ссуд, различных по срокам, величине процента, характеру обеспечения, типу заемщика.

В целях стимулирования природоохранной деятельности субъектов экологического предпринимательства, безусловно актуальным в рамках функционирования экологического банка является предоставление льгот на:

бесплатное обслуживание;

кредитование;

установление для этих субъектов более высоких процентов ставок по депозитам.

Эта деятельность, на наш взгляд, может создать благоприятные условия для плодотворного функционирования на рынке экологических услуг и облегчит предпринимателям, работающим в сфере экологического бизнеса, процесс адаптации в современных рыночных условиях хозяйствования.

Рассматривая основную экономическую роль экологического банка в системе регионального управления природопользованием, следует акцентировать внимание на учете и контроле хозяйственной деятельности субъектов природопользования, касающихся вопросов их влияния на окружающую среду, кредитовании наиболее экологически опасных производств с использованием льготных процентных ставок

для поощрения мер по снижению загрязнения окружающей среды, финансировании внедрения новых технологий, контроле правильности взимания платы за загрязнение окружающей среды предприятиями с учетом инфляционных процессов.

Кроме того, экономическая роль экологического банка может быть обоснована возможностью осуществления операций с ценными бумагами, предполагающими выпуск займов на улучшение экологического состояния территории региона. Актуальным является выпуск и распространение экологического векселя или целевого инвестиционного сертификата с направлением части полученных средств или прибыли на финансирование региональных экологических программ.

Целесообразным в деятельности экологического банка можно считать осуществление операций по продаже сертификатов на загрязнение окружающей среды, приобретаемый отдельными предприятиями на определенный уровень загрязнения, получивших достаточно широкое распространение в зарубежных странах.

В региональном масштабе экологический банк позволит концентрировать финансовые ресурсы предприятий и организаций, заинтересованных фирм, за счет которых возможна реализация экологических программ, станет объединяющим и координирующим центром в решении важных природоохранных задач.

Литература

1. Витин А. Оценка и стимулирование эффективности природоохранных инвестиций (зарубежный опыт) //Экономика и математические методы,1998, Т.44. Вып. 5. – С.104-110.
2. Данилишин Б. Современные тенденции регулирования процессов природопользования в Украине //Экономика Украины. – 1998. - №11. – С.59- 62.
3. Фоменко Г.А., Поярков Б.В. Преобразование управления природопользованием в условиях перехода к рыночным отношениям //Известия Академии наук, серия географическая. 1995, №4. С 78-83.
4. Фоменко Г.А. Развитие территориальных систем управления природопользованием и стратегии перехода к устойчивому развитию //Известия РАН, серия географическая. – 1995 - №6 - С 81-86.
5. Хильчевская Р.И. Проблемы экологической экономики в свете концепции устойчивого развития //Экономика и математические методы, 1996, Т.32. Вып. 3. – С.85-93.
6. Constanza R. Ecological Economics : The Science and Management of Sustainability. N.Y.: Columbia University Press, 1991
7. Endres A. Umweltökonomie. Parmstadt : Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 1993 - 307с.
8. Immler H. Vom Wert der Natur. Zur ökologische Reform von Wirtschaft und Gesellschaft Natur in der ökonomische Theorie. Teil 3. 2. Aufgabe/ 1992 – 348s.
9. Valuing the Earth Economics, Ecology, Ethics /Eds Paly H.E., Taunsend K.N., Cambridge, Mass., London, 1993.

Поступило в редакцию 12.09.2001

УДК 81-65.519

Данилова Е.А.

О СТИЛЕ ЯЗЫКА МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В ИНТЕРНЕТЕ

Лингвистика, наука достаточно “пожилая”, издавна имеет свои традиции, главная из которых - сохранение верности своему традиционному объекту изучения, языку как таковому, языку как замкнутой самодостаточной системе. Однако, стало ясно, что для дальнейшего развития языкознания необходимо преодоление ограничений внутрисистемного подхода к изучению языковых явлений. Изучение языка как замкнутой самодостаточной системы не может быть исчерпывающим и должно быть расширено за счёт описания механизма функционирования языка в процессе коммуникации. Так начало формироваться новое научное направление, ставящее своей задачей изучение форм и процессов функционирования языка в его социальной обусловленности и взаимосвязи с коммуникативными факторами, именуемое психолингвистикой или “теорией языковой деятельности”.

Психолингвистике скоро будет пятьдесят лет; родившись, она бурно развивалась и развивается в полном соответствии с мыслью выдающегося лингвиста Фердинанда де Сосюра: “Можно представить себе науку, изучающую жизнь знаков в рамках жизни общества; такая наука явилась бы частью социальной психологии, а следовательно общей психологи...”(1, стр. 6)

В работах А.А.Леонтьева, родоначальника отечественной психолингвистики, неоднократно отмечается, что порочность позиции классической лингвистики заключалась в полном отождествлении структуры языковой системы и языковой способности. (2, стр.6)

Нельзя не согласиться и с тезисом Р.И.Павилёниса, что язык сам по себе не выражает никаких смыслов, существующих независимо от концептуальных систем. (3, стр. 170)

Сущностью языка является человеческая деятельность - деятельность одного индивида, направленная на передачу его мыслей другому индивиду, и деятельность, направленная на понимание мыслей первого. (4, стр. 3) Если мы хотим понять природу языка, мы не должны упускать из виду упомянутых двух коммуникантов - производящего и воспринимающего речь.

Исследование проблем языкового общения, вопросов, связанных с темой “Человек в языке” стало особенно интересным в последнее время. Внимание исследователей в значительной мере переключилось с вопроса о том, как устроен язык, на вопрос о том, как он функционирует.

Предметом психолингвистического исследования для нас являются различные стратегии использования языка в активной целенаправленной деятельности, деятельности, целиком ориентированной на воздействие на других людей. Вопреки широко распространенному среди лингвистов мнению, что речь служит для переда-

чи сообщений, информации, при анализе рекламных текстов исходят из другой онтологической предпосылки, согласно которой речь является не средством передачи сообщений, а средством управления деятельностью людей (маркетинг в Интернете). Прагматические задачи, стоящие перед работниками рекламы - побудить людей купить рекламируемые товары - помогают исследователю рассмотреть реальные задачи, стоящие перед коммуникантами. Речь действительно служит средством передачи сообщений, в этом нет никаких сомнений, но передача речевых сообщений (как устных, так и письменных) никогда не является конечной целью общения, эта передача всегда есть только средство достижения других целей, конечная из которых - управление деятельностью человека. Прагматическая ориентированность рекламы позволяет поставить цель речевого общения - передать сообщение - в ряд других реальных целей, в котором передача речевого сообщения является некоторой промежуточной целью, подчиненной другой, конечной цели. Ни один рекламодатель не будет платить деньги за рекламу товара, которая только сообщает о товаре, но не побуждает к покупке.

Изучение психолингвистических проблем речевого воздействия представляется нам основным резервом повышения его эффективности в рекламных текстах. Исследованием речевого воздействия занимаются многие науки. Лингвисты, например, в первую очередь описывают тексты - законченные сообщения, выраженные в вербальной форме (4, стр.13), возникающие в результате процесса речевого воздействия. В лингвистике до сих пор существует иллюзия возможности изучения текста как самоценностного объекта, не учитывая того факта, что текст возникает в процессе общения как один из его продуктов и, следовательно может быть адекватно исследован только в том случае, когда на определенном этапе исследования восстанавливаются связи текста с общением и деятельностью, ради которых и был порожден этот текст.

Психология также занимается изучением проблем речевого воздействия. Поскольку процесс речевого общения является весьма сложным феноменом, то объектом анализа становятся и объект и субъект речевого воздействия, и социальные отношения, в структуре которых развертывается речевое воздействие, и способы создания оптимальных условий для смыслового восприятия текста.

Объект анализа психолингвистики в данной области схож с психологическим, однако в рамках психолингвистического подхода используются лингвистические представления о языковых и речевых средствах речевого воздействия, что гораздо повышает эффективность использования языка в средствах массовой коммуникации.

Язык как явление социальное выполняет различные функции, связанные с той или иной сферой человеческой деятельности. Важнейшие общественные функции языка следующие: 1) общение, 2) сообщение, 3) воздействие.(5, стр.6) Для реализации этих функций сложились и оформились отдельные разновидности языка, характеризующиеся особыми лексико-фразеологическими, синтаксическими средствами, используемыми исключительно или преимущественно в данной области. Эти разновидности называются **функциональными стилями**. Возникнув на экстралингвистической основе, будучи тесно связанными с содержанием, целями и задачами высказывания, стили различаются между собой внутриязыковыми признаками - принципами отбора, сочетания и организации средств из общенационального языка.

РОЛЬ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТУРИСТСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Название “функциональный стиль” представляется очень удачным, потому что специфика каждого стиля вытекает из особенностей функций языка в данной сфере общения. Так, например, публицистический стиль имеет своей основной функцией воздействие на волю и чувства слушателя и читателя, а стиль научный - передачу интеллектуального содержания.

В соответствии с выше названными функциями языка, выделяются следующие стили: разговорный (функция общения), деловой (функция сообщения), публицистический и газетный (функция сообщения и воздействия), литературно-художественный (эстетическая функция и функция воздействия).

Бытующий в лингвистике термин “язык рекламы” почти непроизвольно ставит её на особое место, тем самым подчеркивая сложность, необычность и многогранность этого феномена. Благодаря проникновению рекламных текстов в различные сферы человеческой деятельности, в рекламе становится возможным использование разных языковых средств и различная их комбинация в зависимости от определенных целей. Вероятно, поэтому такая разноплановость сфер функционирования и средств самопрезентации вызывает определенные разногласия в толковании вопроса рекламных текстов к тому или иному функциональному стилю. С одной стороны, И.А.Гальперин, например, относит рекламу к газетно-публицистическому стилю современного английского языка(6, стр. 333), т.к. особенностью как вербальной, так и синтаксической организации рекламный текстов является мотивированная четкость, лаконичность использования лексических и синтаксических конструкций. Образность сравниваемых феноменов достигается употреблением таких средств эмоционального насыщения, как метафоры и сравнения.

М.Д.Кузнец и Ю.А.Скребнёв относят исследуемый объект к разновидности свободного стиля, в частности, к фамилиярно-разговорному.(7, стр.65) Е.Р.Гарасов рассматривает язык рекламы как подвид публицистического научного стиля, тогда как И.Я.Грилихяс соотносит предмет исследования с деловым стилем.(8, стр.64-68)

Английские исследователи параллельно понятию стиль вводят понятие регистр, понимая под этим серию ситуативных условий, требующих определенного использования формальный языковых средств. (9, стр.54)

Язык рекламы (*the language of advertising*) является одним из таких регистров. Важно отметить, что в рамках одного регистра могут использоваться различные стили, что и происходит, по нашему мнению, в языке маркетинга и рекламы в сети. Следовательно, нам видится наиболее целесообразным рассмотрение языка рекламы именно как регистра, в состав которого входят различные стили.

Нам кажется невозможным отнесение языка рекламы к какому-то одному стилю, т.к. выбор того или иного стиля может варьироваться в зависимости от того, что рекламируется.

Так, например, в рекламе, рассчитанной на специалистов, используются элементы научного и делового стиля:

We are a specialty manufacture and exporter of aluminum alloy ladders. Aluminum alloy ladders include stepladders, extension ladders and multipurpose ladders. Please visit our website to get more information. URL:

<http://www.freeyellow.com/members/ladder/index.html>

А вот в рекламе товаров массового потребления используются элементы разговорного стиля

1-800-CHOICES, the easiest way to order pizza, is a new pizza delivery or take out services specifically developed for travellers, business, students & residents in the Chicago metro are for now...

Unfamiliar with the local pizza scene ? Yeah? Then you can effortlessly call the toll-free number & choose from your favourite pizzerias in your neighbourhood!!! Operators walk through various menu descriptions, prices & specials as well as offering full beverage & tobacco selections!

Первое рекламное объявление, рассчитанное на специалистов, ориентируется в основном на произвольное внимание получателей рекламы. Произвольное внимание – это сознательно регулируемое сосредоточение на объекте, вызванное условиями деятельности, т.е. в большинстве своем в сосредоточении внимания на данном рекламном тексте инициатива принадлежит его получателю, перед ним стоит цель – найти товар узко специализированного назначения, и он по своей собственной инициативе ищет рекламу нужного ему вида товара. Это и определяет стиль данной рекламы. Основная ее функция – проинформировать заинтересованных специалистов. Отсюда такое обилие технических терминов, т.е. слов или словосочетаний, служащих обозначением логически сформулированных понятий и тем самым несущих логическую информацию большого объема (3, стр.74) –alluminium alloy ladders, stepladders и т.д. Информация излагается ясно, точно. Объявление отличается сжатостью изложения при сохранении насыщенности содержания.

Три кратких предложения дают нам полную информацию о том где и что можно приобрести. Лексический состав данного объявления включает следующие черты: слова употребляются либо в основных прямых [manufacture, exporter, information], либо в терминологических значениях [alluminium alloy ladders, extention ladders], но не в экспрессивно-образных. Данное объявление состоит из кратких нераспространенных предложений для того, чтобы текст воспринимался легко и быстро, что так важно для современных деловых людей и специалистов. Данная реклама “не кричит”, а мягко советует заглянуть на WEB- страницу фирмы: ‘Please, visit our website to get more information’. С точки зрения сетевого этикета, это реклама, вероятно, является наиболее приемлемой: сообщается только необходимая информация, ничего не преувеличивается, не используются средства образной передачи. Эти требования являются наиболее важными для объявлений, рассылаемых по списку рассылок (именно таковым и является данное объявление), т.к. за получение каждого из таких объявлений платит получатель рекламы - пользователь Интернет.

Второе рекламное объявление, рассчитанное на массового потребителя, имеет дело с непроизвольным вниманием. Непроизвольное внимание – это сосредоточение сознания на объекте в силу особенности этого объекта как раздражителя. Объект рекламы в данном случае не ищет рекламируемый товар целенаправленно, его роль пассивна. И автор рекламы пытается привлечь человека, размещая в тексте рекламы сильные раздражители, тем самым возбуждая непроизвольное внимание. Устно-разговорная речь рекламного объявления позволяет установить тесный контакт с читателем, овладеть его вниманием. Непринужденность изложения задается

формой: ‘вопрос – ответ’ Unfamiliar with the local pizza scene? Yeah? Then you can effortlessly... Эмоциональная экспрессивная лексика объявления как бы приближает его язык к повседневной речи читателя, тем самым повышая читабельность и восприятие текста, (прилагательное в превосходной степени easiest, междометие Yeah). Большое значение для приближения языка данного объявления к устно-разговорной речи играют знаки препинания. Использование восклицательных предложений (причем с тремя восклицательными знаками) ставит своей целью максимально воздействовать на читателя. Хотя по всей видимости такое их обилие в небольшом тексте может снизить его восприятие. Использованное в объявлении миоготочие, обозначающее незаконченность высказывания, имитирует устную речь, придает рекламе естественность и непринужденность.

Итак реклама Интернет содержит элементы различных стилей – научного, делового, разговорного. И это вполне объяснимо. Учитывая основные ее функции – сообщения и воздействия. Это роднит её с внесетевой рекламой. Но реклама в сети имеет и еще одну функцию – функцию общения. По правилам сетикета реклама в Интернет должна не воздействовать на читателя, а сообщать ему о предлагаемых товарах, т.е. иметь только функцию сообщения: рекламодатель в непринужденном тоне беседует с высокообразованными людьми, рассказывает о своей фирме и о выпускаемом товаре, просит обращаться с вопросами. Читатели в любой момент могут откликнуться на рекламу, высказать свою точку зрения. Проанализировав ряд рекламных объявлений в сети можно прийти к выводу, что наиболее часто в языке маркетинговых коммуникаций используются элементы научно-популярного стиля, причем он нередко оформляется элементами разговорной речи. Такое сочетание, на наш взгляд, является наиболее приемлемым для данной языковой разновидности, благодаря ему язык рекламных объявлений удовлетворяет основным правилам сетикета: в простой доходчивой форме информирует читателя о товарах, характеризуя их с научной точки зрения. Приведем примеры.

Sam's is known nationally, even internationally, for our awesome & comprehensive selection of the French wine. I recently calculated we offer about 1,500 different wines. Where do get all these wines? Well, they come to us in a way. We work with a large & varied group of importers from whom we select & buy wines. At present we work with two winemakers. Wine-maker Victor Hugo Roberts, a graduate of the renowned U.C. Davis enology program, has been with Sam since the company's inception. He is widely credited with the tremendous success we've had to date. Because the wines are planted on their own roots, rather than rootstock, Robert believes this partially accounts for the intense varietal fruit character in his wines. Tim Spear joined Sam in August of 1997. He brings a wealth of experience from his work in other companies in Paso Robles, New Zealand & Bordeaux.

Нельзя не заметить насколько простым, легким, непринужденным языком написан данный отрывок из рекламного текста. Контактноустанавливающая и эмотивная функция разговорного стиля реализуются здесь максимально. Уже первые предложения, представленные в вопросно-ответной форме, создают доверительное отношение у читателей. Употребление «сорного слова» [time-filler] (9, стр.85) well, которым так изобилует неподготовленная спонтанная речь, приближает язык рек-

ламного текста к устно-разговорной речи, столь понятной массовому читателю. С другой стороны, вполне научно, но не менее доходчиво разъясняется способ выращивания винограда, благодаря которому вина, произведенные из этого винограда, обладают уникальным вкусом. Для уменьшения категоричности используется непрямая форма обращения: Robert believes. Фразы, сказанные от третьего лица, воспринимаются пользователями Интернет гораздо лучше, нежели резкие фразы, которые непосредственно направлены на читателя.

Около 60% рекламы на WEB-страницах написана в научно-популярном стиле. Вот отрывки рекламного текста с WEB-страницы американских винопроизводителей штата Орегон:

Technically, wine production in Oregon began in the middle of the nineteenth century in the Willamette Valley, but modern day production kick-started in the late 1950. Oregon owes much of its success to the famous blind testing in 1980 and David Lett. Mr. Lett's Pinot Noir took home the second place prize of French Burgundies, catapulting Oregon into the wine world. Today about 120 wineries are in operation (compared to 47 in 1986) with some separate vineyards in the state's 5 small growing regions. These 400 wineries cover over 7,500 acres of land and yield about 1,500,000 gallons. These figures place Oregon in second place in the U.S. for the number of wineries and forth in wine production. Oregon's climate? Matched with its good soil makes it a prime territory for wine growth. Though it borders the cool Pacific Ocean? Most of the vineyards are protected by the Coastal range. The vines see maximum sunlight and an extended growing season? Coupled with cool nights... Oregon's popularity is not without its problems. Because of the limited acres and wineries, you can expect the prices of Oregon wine. Be patient. Production is growing at a rate of 10 percent a year.

Данный рекламный текст написан в научно-популярном стиле, и такая характерная для него языковая функция, как интеллектуально-коммуникативная, реализуется максимально полно. Н.Н.Кохтев выделяет два типа рекламных объявлений: информационные и убеждающие (воздействующие) (11, стр.39) По нашему мнению, данный вид рекламы нельзя полностью отнести ни к одному из них. Этот текст высоко информативен, он содержит факты из истории виноделия штата, рассказывает о климатических условиях, в которых выращивается виноград, об объемах производства в данном регионе. Текст предельно конкретен, доказателен, логично построен. В нем нет привычных для всех нас громких призывов, отсутствуют ключевые слова типа best, new, special и т.д. Тем не менее, реклама звучит вполне убедительно. Вместо слов типа special, wonderful, extraordinary, не содержащих никакой конкретной информации, научно обосновываются приемущества вин виноград для производства которых выращивается в Орегоне. Для объекта реклам, образованного пользователя сети, более придирчивого, менее подверженного увещеваниям, конкретные факты, обоснования, цифры звучат убедительнее. Именно на образованных людей, привыкших рассматривать любое явление с разных сторон, ориентируется автор рекламы, когда признает существование проблем, вследствие которых цены на вина довольно высоки. Этот прием использован для создания у читателей доверительного отношения к марке орегонских вин.

И еще один пример: One of California's best kept secrets is out - Paso Robles region wines are setting the newest stylistic trends in the production of premium varietal wines. An increasing number of astute wine lovers agree: the new, hot California wine country is the Central Coast; & specially Paso Robles, at its very heart, with its ideal climate & gravelly limestone soil. The microclimate is another important factor, with long, sunny days, & cool nights resulting from the coastal breezes, providing ideal growing conditions & near perfect sugar-acid balances. The recent influx of French, Australian & northern Californian producers validate the decisions made by those of us who were the original pioneers of this area, & the number of new wineries & vineyards being developed is continually increasing. Paso Robles is well on its way to achieving world-class stature for producing top quality California grapes.

Перед нами еще один отрывок рекламного объявления, написанный в научно-популярном стиле. В нем приводятся убедительные факты, доказывающие несомненно высокий уровень вин Paso Robles: прекрасные климатические условия и почвы для выращивания винограда, хорошие специалисты из разных стран, растущие объемы производства. Большое количество эпитетов, употребленных в тексте, помогает создать в сознании читателей образ высококлассного вино-производителя: new, newest, premium, specifically, ideal, perfect, world-class, top (quality)

Итак, мы выяснили, что говоря о стиле языка маркетинговых коммуникаций, нельзя рассматривать какой-то один стиль. Для рекламы товаров различного назначения используются различные стили. Хотя наиболее часто рекламные тексты написаны в научно-популярном стиле, основные черты которого отвечают правилам общения в Интернет.

Выводы

1. Мы рассмотрели язык маркетинговых коммуникаций в Интернет с точки зрения используемых в нем элементов различных функциональных стилей. Функциональный стиль - это разновидность языка, используемая для реализации важнейших общественных функций языка, таких как общение, сообщение, воздействие, и характеризующийся особыми лексико-филологическими и синтаксическими средствами.
2. Язык маркетинга и рекламы в Интернет нельзя отнести к какому-то одному стилю. Выбор того или иного стиля варьируется в зависимости от того, какой товар рекламируется. Так в рекламе, рассчитанной на специалистов, используются элементы научного и делового стиля, а в рекламе товаров массового потребления - элементы разговорного стиля. Используя в языке рекламы разные стили, создатель рекламы ориентируется на разные целевые рынки. Образовательный уровень пользователей Интернет требует высокой степени информативности рекламных текстов.
3. 60% рекламных текстов написаны в научно-популярном стиле. Выбор стиля определяется целью рекламных объявлений в сети - проинформировать читателя, не призывая его к покупке. Высокий образовательный уровень адресата сетевой рекламы требует наличия в рекламе конкретной, научно обоснованной информа-

ции о рекламируемом товаре, что также детерминирует выбор научно-популярного стиля.

4. Довольно часто в сетевых рекламных текстах наряду с элементами научно-популярного стиля используются элементы разговорного. Такое сочетания является вероятно наиболее приемлемым для данной языковой разновидности. Благодаря ему язык рекламных объявлений удовлетворяет основным правилам сетекета: в простой доходчивой форме информирует читателя о товарах, характеризуя их с научной точки зрения. С другой стороны, имитация непринужденной устной речи приближает язык рекламы к повседневной речи читателя, повышая тем самым читабельность текста, а следовательно, и его эффективность

Литература

1. Горелов И.Н., К.Ф. Седов. Основы психолингвистики. - М.Лабиринт, 1997
2. Леонтьев А.А. Психолингвистика. - Л.1967
3. Павленис А.А. Философия языка: проблема смисла\Wопросы философии, 1976, №3.
4. Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации.-М.Наука, 1990.
5. Виноградов В.В. Теория поэтической речи. Поэтика. - М.,1963
6. Гальперин И.Р. Стилистика английского языка. - М, 1976
7. Кузнец М.Д.Скребиев Ю.М. Стилистика английского языка. - Л.1960
8. Грилихяс И.В. К вопросу об изучении рекламных текстов.\W Лингвистика текста и обучение иностранному языку. - Киев, 1978
9. Арноэль И.В. Стилистика современного английского языка. - Л.Просвещение, 1973
10. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. - М. Советская энциклопедия, 1969.
11. Кохтев Н.И., Розенталь Д.Э. Язык рекламных текстов. - М. Наука, 1981.

Поступило в редакцию 12.09.2002

УДК 373.61 + 332

Дихтярь А.И.

КВАЛИФИЦИРОВАННЫЕ КАДРЫ КАК ГЛАВНАЯ ЦЕЛЬ ИНФОРМАЦИОННОГО И ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТА ДЛЯ ЭКОНОМИКИ КРЫМА

Мировые процессы глобализации, как в области экономики, так и в области образования, продолжают набирать темп. Крым – единственный в Украине средиземноморский регион, geopolитический и геоэкологический фокус Причерноморья с богатым историческим наследием и необычайно высоким природно-ландшафтным и биологическим разнообразием. Исследованиями ученых Британского музея разработана концепция превращения Европы во всемирный музей, согласно которой Крыму отводится достойное место как крупнейшему центру туризма и отдыха, обладающему огромным курортно-рекреационным потенциалом.

Европейское объединение предполагает и подразумевает децентрализацию и регионализацию национальных государств[1]. Независимо от успеха продвижения к ЕС или интеграции в рамках СНГ Украина будет развиваться в рамках перспективной международной тенденции регионализма, что осуществляется не только на этническом, сколько на географическом уровне. В мире глобальных взаимосвязей уже нет места традиционному суверенитету на континенте Евразия, а поступательно развивающиеся регионы являются носителями объединительных тенденций.

Крым является естественным выразителем интеграционных тенденций и в культурно-историческом, и в эколого-экономическом аспектах. Необходимо преодолевать и энергodeficitность региона, без чего бессмысленно уповать на процветание. Да и Украина в целом, хотя и занимает сейчас первое место в мире по потреблению газа на душу населения, также остро нуждается в энергоресурсах.

На всех уровнях требуется квалифицированный менеджмент по созданию качественных условий функционирования механизма компетентного согласования планируемых действий и их реализации. Согласование интересов всех субъектов регионального развития с повышением уровня информированности (образования) и гражданской ответственности (культуры) перед будущими поколениями должно стать важнейшим элементом создания эффективной экономики в Крыму[2].

С увеличением уровня глобализации мировой экономики постоянно возрастает значимость менеджерской компетенции, развития менеджмент- и бизнес-образования. Темпы развития мирового туризма приводят в течение каждых пяти лет к увеличению примерно в два раза количества персонала, занятого в сфере мирового туризма, и в полтора раза расходов населения на туристические поездки в мире. Интерес к туризму

ДИХТЯРЬ А.И.

приводит к внедрению новых образовательных программ и открытию учебных заведений, занимающихся подготовкой специалистов в сфере туризма.

Обеспеченность научными и маркетинговыми разработками, необходимых для принятия оперативных решений на уровне государственных и частных туристических комплексов и организаций, является одним из факторов в определении готовности Крыма к туристическому сезону и рекреационной деятельности. Это должно дополнять комплекс мероприятий, направленных на обеспечение ключевой отрасли региональной экономики развитой инфраструктурой отдыха и лечения, сервиса и торговли, транспорта и экологии, работающей на население, регион и государство в целом.

В эту систему прекрасно вписывается современное сельскохозяйственное производство экологически чистых продуктов, традиционные виноградарство и виноделие, садоводство и эфиромасличное производство. Однако Крым не должен расстерьеть свой научный потенциал и развитую систему высшего образования, обновленного и приспособленного к рыночным условиям, как и всю систему подготовки и переподготовки кадров. Крым будущего – это гармоничное сочетание высокоэффективной экономики, межнациональной культуры и экологической чистоты. Главная цель на этом пути – построение индустрии туризма и активного рекреационного отдыха через внутреннее согласие – “Процветание – в единстве!”.

Опыт развитых стран показывает, что могущество державы определяется высоким уровнем образования, технологий, экологической культуры производства. Исследования, проводимые на протяжении последних лет в 30-ти странах специалистами Мирового банка под эгидой ЮНЕСКО показывают, что треть прироста валового внутреннего продукта обеспечивается инвестициями в сферу образования.

Человек становится центральным объектом не только образования или философии, но и экономики. Человеческая жизнь – это перманентный динамический процесс приобретения новых знаний и их использования, а учеба – вид тренинга интеллекта. Отражен тот факт, что уже можно констатировать начало развития процесса обучения предпринимателей и коммерсантов, госслужащих и рядовых граждан основам рыночной экономики и информационной грамотности, менеджерской и маркетинговой деятельности, в том числе с помощью различных международных программ и фондов по усовершенствованию бизнес-образования в Украине.

Квалифицированный менеджмент возможен только при использовании достоверной информации и понимании существующих реальностей. Нынешнее время – время глобализации, но и реального освоения территории регионов, т.е. выживания на пути желательной реализации целей перспективного развития. Для Крыма сейчас самое важное – научиться делать это самостоятельно, опираясь на собственные природные и интеллектуальные ресурсы с использованием возможностей международного менеджмента и сотрудничества. Научиться импортировать и использовать образовательные технологии, ориентированные на рыночную экономику, – значит реализовать шанс для выхода на передовые рубежи и сохранить свою культурную автономию и региональное своеобразие.

Наше образование, ориентированное на универсальность, в условиях неразвитого рынка труда и только складывающихся требований к профессиональной подго-

товке, в противовес узкоспециальному, позволяет взрослым значительно быстрее осваивать новые профессиональные знания. Образование для взрослых, включающее в себя повышение квалификации, переобучение и получение второй и третьей специальности, действительно остается одной из немногих конкурентоспособных – и при этом самой массовой – сфер деятельности.

К сожалению, оно обладает и рядом недостатков, на преодоление которых направлена ныне проводимая реформа. Однако, как показывает опыт проводимых ранее реформ в этой сфере и мнения экспертов, успех возможен лишь в том случае, если в центре реформ будет находиться имидж и престижность учителя как госслужащего, реализующего заботу (обязанность) государства по обеспечению своего будущего.

Если положение учителя, преподавателя не будет должным образом обеспечиваться, в том числе и в финансово-бытовых аспектах, все это бесперспективно. Нынешнее финансовое положение школы не может обеспечить постоянный приток творческой молодежи, особенно мужского пола, как не в состоянии закрыть давнюю ее ахиллесову пяту – воспитание ярких творческих лидеров, а не вялых и серых исполнителей. В борьбе за выживание нельзя загонять образование и культуру в нищенский угол лишь по той причине, что они заняты не материальным, а более важным производством – производством человеческого мировоззрения и смысла деятельности.

В целом же экономика сферы образования в мире является одной из самых капиталоемких. Весьма вероятно, что совокупные доходы от образования сопоставимы или даже превышают доходы от того же туризма. В развитых странах для продвижения по службе необходимо постоянно повышать свою квалификацию и переобучаться. В Израиле, образовательная система которого формировалась во многом под влиянием наших бывших граждан, практикуется предоставление служащим гуманитарной сферы годового оплачиваемого отпуска каждые 5-6 лет для повышения квалификации и получения дополнительного образования.

Как убедительно показывает опыт Ирландии и Финляндии, вложения в человеческий фактор и развитие информационно-коммуникационных отраслей во многом определяет успех в современном мире. Кроме того замечено, что небольшие страны более восприимчивы к новым веяниям в экономической области.

Весьма актуальна проблема реализации информационной концепции менеджмента как единства нового инструмента работы менеджера – персонального компьютера, новой методологии управления, базирующейся на системном подходе, теории и методах принятия решений, математическом моделировании и внедрении этого эффективного сплава в практику менеджмента с использованием современных информационных технологий.

Международная практика показывает, что канал получения технологий во многом зависит от географического положения страны, емкости ее рынка, возможности выхода к основным морским путям. И в этом Украина и Крым имеют громадный неиспользованный потенциал.

Инвестиции предоставляются прежде всего странам с развитыми информационными технологиями и средствами телекоммуникаций. Кроме того, иностранные инвесторы обходят своим вниманием страны, подверженные эпидемиям, ибо этот фактор блокирует прогрессивные экономические варианты развития, основанные на

передовых технологиях. И в этом также проявляется ответственность государства за проведение дальновидной и ответственной социально-экономической политики, как и развитие международного сотрудничества.

Методология управления, опирающаяся на информационные технологии, охватывает все основные этапы принятия управленческих решений – от выявления проблем, поиска идей их решения, до построения математических моделей и получения оптимального результата.

Для успешного овладения данной концепцией необходимо выстроить непрерывную цепочку базового обучения по овладению и совершенствованию использования эффективных информационных технологий в менеджменте. Общее знакомство с возможностями компьютера как системы и средства повышения эффективности работы менеджера необходимо дополнять научными методами моделирования в различных направлениях деятельности и проблем информатизации общества, базирующихся на экспертных оценках и поисках оптимальных решений и прогнозов, а также исследованием задач экономической динамики и организации информационных потоков в базах данных.

Использование моделей спроса и предложения на конкретном рынке, проигрывание различных ситуаций на модели с целью уменьшения рисков и поля неопределенности в условиях хитросплетения различных факторов и с использованием возможностей компьютера актуально и при составлении такого обязательного атрибута современного предпринимательства, как бизнес-план.

Система управления должна действовать с учетом всех факторов организационной деятельности, включая достоверность и полноту используемой информации, целей и квалификации персонала, принципы структурирования информации для последующего анализа и принятия решения. Использование ЭВМ является концептуальной основой имитационного моделирования, оптимизации решений задач линейного, динамического и целочисленного программирования, обработки экспериментальных данных и систем массового обслуживания, эффективного хранения баз данных и знаний и создания информационной среды управления.

Для туристического менеджмента в Крыму также необходимо целенаправленно развивать использование информационных технологий и научиться оптимизировать качество предоставляемых услуг и цен на них с учетом финансовых возможностей различных слоев населения и сезонной цикличности. Направлением прорыва и точкой опоры может стать образовательный (познавательный) туризм, столь широко распространенный во всем мире.

Туристическими потоками можно управлять, комплексно развивая межрегиональные контакты, в том числе и с использованием информационных технологий, оперативных возможностей обмена информацией и рекламной деятельности через Internet, систему видеоконференций.

Возможности Internet позволяют рекламировать и распространять свою продукцию, принимать заказы, управлять доставкой и т.д., избавляясь от посредников и одновременно сводя к минимуму накладные расходы и издержки. Возможности сети необходимо использовать как средство продвижения туристического и рекреационного бизнеса. Последнее означает необходимость готовить не просто менедже-

ров рекреационного дела, но и как специалистов, способных работать с образами, брендами и их экспортом.

В условиях перманентной нехватки финансовых ресурсов, постоянных изменений бизнес среды, несовершенства законодательной и правовой базы, уже-стечения конкуренции успех во многом зависит от понимания необходимости постоянной учебы как руководителей, так и всего персонала предприятий по овладению и самосовершенствованию в области информационных технологий.

В философии используется формула, согласно которой общество – это развернутый человек, а человек – свернутое общество. С этой точки зрения Образование должно рассматриваться не как производная от экономики, а как преобразующая составляющая общественного развития. Заботиться о будущем страны – значит расстить поколение, способное на своих плечах вынести все реформы.

Вода для человека – живительная влага, но 85% заболеваний – от “грязной” воды (последствий экологических нарушений, перманентного расширения территорий свалок и мест стихийного варварского сброса всевозможных отходов и т.д.). Социопедагогические системы "питаются" потоками информации (обновляемых знаний). Информация, направленная в "болевые" точки системы, способна, в зависимости от качества, или вылечить ее, или окончательно свалить с ног. Следовательно, поднять образование, культуру и обеспечить квалифицированный менеджмент – поднять государство.

Научное прогнозирование - это непрерывное, специальное, имеющее свою методологию и технику исследование, проводимое в рамках управления, с целью повышения уровня его обоснованности и эффективности. Экономические критерии прогресса в настоящее время оцениваются с точки зрения "качества жизни", развития духовности человека, сбережения био- и ноосферы, глобальной социально-экологической системы. Экономика товаров постепенно заменяется экономикой информации (знаний)[3], а моделирование стратегии развития как наций и народностей, так и человечества в целом должно развиваться путем комплексного поливариантного прогнозирования.

Согласно данным ВОЗ, изучившей факторы, определяющие здоровье населения любой страны мира, оказалось, что, если всю сумму факторов принять за 100%, то:

- 1) на 48-53% здоровье населения зависит от социально-экономических условий и образа жизни;
- 2) на 18-20% - от генетического фактора;
- 3) на 17-20% - от качества окружающей среды;
- 4) только на 8-10% - от уровня развития и качества медицинской помощи.

Глобальная экономика вступила в период экономики интеллектуальной – «Экономики Знаний», Hi-tech изделия которой и производство товаров с высокой добавленной стоимостью изготавливаются на небольших предприятиях, но с высокопрофессиональным персоналом, обученным по высшим стандартам.

Образование – это экономический ресурс Украины, и Крыма [4] в частности, тот фактор, которым мы обязаны воспользоваться для построения нашей будущности. Необходима гуманизация непрерывного образования, поиск средств внебюджетного финансирования и наполнения средней и высшей школы новыми экономи-

ко- информационными знаниями современности, решающими проблему социальной адаптации подрастающей молодежи.

Отечественная практика показывает, что наибольшие потери наше общество несет именно из-за неудовлетворительного использования человеческого потенциала, а именно – его интеллектуальных возможностей, при неэффективном использовании информационных технологий. Наиболее полно это проявляется в звеньях интеллектуального труда – управлении, науке, народном образовании, закладывающих фундамент для будущего любого государства.

Необходимо внедрить нацеленный на конечный результат – реализации природного потенциала каждой личности в новых экономических условиях – комплексный подход ко всей структуре функционирования образования в целом, начиная “с младых ногтей”[5] и до завершения подготовки квалифицированного специалиста третьего тысячелетия.

Школа должна повернуться лицом к нуждам общества и развивать дальнейшую специализацию и дифференциацию обучения с учетом окружающей действительности и местных условий. В Крыму существует положительный опыт функционирования фермерских классов и школ. В приморских городах и поселках необходимо учитывать потребности в обслуживающем персонале для нужд гостиничного хозяйства и рекреационного комплекса.

В основе согласованного подхода к гуманизации, демократизации и информатизации образования лежат цели, культивируемые ЮНЕСКО, о необходимости усиления глобальной интеграции всех мировых держав на базе общечеловеческих ценностей с учетом региональной самобытности народа населения, а также идеи Римского клуба о более глубоком учете социально - культурных факторов при моделировании экономического развития общественных систем. Стратегическое направление общественных изменений в Украине зафиксировано в Конституции Украины (ст.3): человек, его жизнь и здоровье, честь и достоинство, неприкосновенность и безопасность определяются наивысшей социальной ценностью.

Но без квалифицированного менеджмента на любом уровне, то есть создания механизма плодотворной работы с четкой мотивацией и ориентацией на конечные результаты в каждой конкретной сфере деятельности и в каждом конкретном регионе, мы не сможем занять достойное место в цивилизованном мире. И если ХХ век для человечества прошел под знаком менеджерской революции, почти никак не зацепившей страны СНГ, то такая же участь может постигнуть и Украину в отношении революции информационно-экологической, с которой мировая цивилизация вступает в свое третье тысячелетие.

Экономический рост невозможен, если экономическую политику диктует кризис. Стратегия развития конкурентоспособности через создание открытой рыночной экономики и устраниении преград для развития предпринимательства при постепенном переключении государства на роль делового партнера и гаранта равных возможностей, а не собственника предприятий и непосредственного участника производства, в состоянии решить эту задачу.

Мировой рынок труда, современные условия хозяйствования предъявляют повышенные требования по всем его составляющим к специалисту и его квалифи-

кации, включая изменения в системе образования и подготовки кадров. Гибкость использования современной рабочей силы на рубеже двух столетий выразилась в огромном повышении ее мобильности, формировании многопрофильного работника, совмещающего различные специальности и виды трудовой деятельности с постоянным повышением уровня образования и профессиональной подготовки, что стимулируется материально.

Интеллект становится не только формой собственности, но и основой для создания и накопления благосостояния как отдельной личности, так и целых государств и «корпораций без границ», образованием которых характеризуется нынешний этап ускоренной глобализации и регионализации мировой экономики.

Мировое развитие с объективной необходимостью подошло к первостепенной значимости задачи формирования Человека, способного к эффективной самореализации в конкурентных условиях изменяющегося информационного общества XXI века, ставшей ключевым фактором дальнейшего развития цивилизации и, в частности, Украины как независимого государства.

Прибыль течет туда, где есть «мозги», поэтому подбор персонала и руководящих кадров ориентирован на способности генерировать знания и быстро их применять, используя современные методы обработки информации и телекоммуникации, с учетом перспективы на дальнейшее развитие сфер деятельности человека. Это необходимо учитывать при построении модели национальной экономики и объединяющей общенациональной идеи, как и то, что эволюция новых типов предприятий XXI века стремится к девизу «от лучшего производства – к лучшему обслуживанию и распределению».

Преуспевающий менеджер или предприниматель как Личность должен четко осознавать, что для устранения конкурентов необходима опережающая самоперсподготовка в устраниии дефицита соответствующих знаний и навыков, особенно для прояснения и сужения неопределенности, появляющейся в процессе принятия и реализации ответственных решений.

Крайне необходимым для успеха реформ является наличие у менеджеров стремления достижения необходимых экономических знаний, организационных и административных навыков и опыта, детально разработанной программы действий и дальновидной стратегии. Масштабы успеха рыночных реформ во многом зависят и от степени участия государства. В частности, если финансовые и торговые рынки, промышленность и особенно сфера услуг постепенно переходят частному сектору, то выбор социальной структуры остается за государством и зависит от его исторического прошлого, традиций, культуры, состава населения и т.д. Определяющими в выборе модели являются критерии преемственности, адаптации и последующего выживания с учетом экономической свободы граждан общества.

Весь мировой опыт подтверждает, что пока ничего лучшего рыночной системы, опирающейся на экономическую свободу личности и права человека, человеческая цивилизация еще не изобрела. Однако все то, что было проверено временем, имело здравый смысл и реалистический подход к действительности необходимо творчески развивать и приспосабливать к новым экономическим условиям, параллельно изучая и осваивая мировой опыт в процессе интеграционного и регионального сотрудничества.

К сожалению, тот же мировой опыт показывает, что сразу уйти от проблем "дураков и дорог", а теперь еще и свалок невозможно: реализовать свой действительный потенциал Украина сможет лишь через 15-20 лет, и то при условии обстоятельного изучения ошибок и опыта прошлого и планомерного продвижения к равноправному партнерству, руководствуясь четко выстроенными задачами по улучшению социально-экономического благосостояния народа и каждого человека в отдельности.

Сейчас успех остается за тем, кто добивается внедрения более высоких технологий и умеет их эффективно использовать. Кроме построения открытой конкурентоспособной экономики, проведения фактической приватизации и минимизации роли и численности административного аппарата, с одновременным повышением уровня компетенции его служащих, крайне важно создание национальной системы инноваций, использующей знания как производительную силу. Многие страны интегрируются на основе взаимовыгодного обмена Знаниями и Технологиями. Украина обладает необходимым образовательным и научно-техническим потенциалом, богатыми историческими традициями и культурой и уже по своему географическому положению в центре Европы является важным и перспективным партнером для любого европейского государства. Особенно это уже касается причерноморской интеграции.

Необходимо расширить сферы международного сотрудничества, направив все ресурсы для повышения своего участия в мировом разделении труда, степени взаимосвязи национальной экономики с мировой посредством увеличения встречных потоков товаров, услуг, в том числе образовательных, капиталов и технологий, а также всевозможных контактов для поиска решений по совместному использованию ресурсов.

Опыт Японии и Ю. Кореи иллюстрирует результаты данной организации учебы и образования: продление образования лишь на 1 год способствовало повышению зарплаты на 10% и увеличению сельхозпродукции на 2%. Более образованные рабочие и служащие быстрее воспринимают новую информацию и эффективнее используют новые технологии. Быстрая (1960-1970) индустриализация Японии стала возможной также благодаря постоянным усилиям всего общества и государства по повышению уровня образования.

Особенно актуальной является задача непрерывного обучения управленческого персонала, естественно, с учетом уровня управления, отраслевой и региональной специфики и характера решаемых задач. Возникла необходимость глубокой реорганизации, rationalной специализации и оптимизации размещения средних и высших учебных заведений. Рынок образовательных услуг откликнулся созданием коммерческих школ, институтов и даже академий бизнеса, всевозможных курсов менеджеров, маркетмейкеров, компьютерной грамотности, иностранных языков и других образовательных структур различных форм собственности.

Ситуация потребовала от бизнес-школ и институтов перехода на долгосрочные программы обучения бизнесу, и здесь уже по-настоящему подключились к конкуренции и государственные вузы. Но потребность в краткосрочных программах не исчезла, более того, к их реализации под конкретный заказ (сроки, тематика, объем навыков) приступили агентства по развитию предпринимательства и консалтинговые

КВАЛИФИЦИРОВАННЫЕ КАДРЫ КАК ГЛАВНАЯ ЦЕЛЬ ИНФОРМАЦИОННОГО И ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТА ДЛЯ ЭКОНОМИКИ КРЫМА

центры. И это уже полностью вписывается в систему международных требований к образованию, где жестко установленных форм обучения не существует: объем и сроки обучения имеют различные варианты в зависимости от желания и потребностей обучающегося.

Все большее распространение в вузах Украины различных видов получает дистанционное образование, ориентированное на возможность обучения с использованием информационных технологий для осуществления удаленного доступа к знаниям. Это дает преимущество в гибкости по срокам обучения и отчетности и удешевлении процесса обучения.

В конце уходящего столетия мы стали свидетелями и потенциальными участниками уникального в историческом плане процесса объединения Европы в мощную континентальную экономическую структуру, стремящуюся выдержать конкурентную борьбу с интеграционными группировками Американского континента и Азиатско-Тихоокеанского региона. Успех каждой из них определяется вкладом стран участниц и уровнем интеграции внутри интеграционных образований. Поэтому реализация потенциала Украины не является только ее частным делом, а исключительно важно и для всей европейской интеграции.

Достижение ускоренного роста в Украине возможно путем реализации **Инвестиций, Инноваций, Интеграции**, а также:

- Менеджмента как науки управления бизнесом через филигранную работу с человеческим фактором;
- Менеджера как результата целенаправленной системы подготовки "с малых ногтей" человека со способностями и превращения его в современного лидера, ведущего других к успеху и несущего за это ответственность;
- Маркетинга как инструмента генерирования перспективных социально-экономических целей, обеспечение которых возлагается на Менеджмент в лице его реализатора – Менеджера.

Функционирование современного общества экономики знаний без эффективного информационного и образовательного менеджмента, цель которого – сделать все образовательные учреждения развивающими и развивающимися для обеспечения общества квалифицированными кадрами – невозможно.

Литература

1. Соколенко С.І. Глобалізація і економіка України.-К.:Логос,1999.-568с.
2. Дихтярь А.И. Экономика знаний и образовательный менеджмент. Материалы Всеукраинской межвузовской научно-практической конференции "Украина в 2000 году: трансформация в рыночную экономику". Симферополь:Таврида,-2000.с.253-262
3. Economics of Information and Knowledge. Edited by D.M.Lamberton. General editor B.J.McCormick. Penguin Books. First published 1971, England, USA
4. Дихтярь А.И. Образование как экономический ресурс будущности Украины и Крыма //Ученые записки Симферопольского государственного университета. География. История. Педагогика. Правоведение.Философия.Экономика.-1998.-№6(45).-С.181-190.
5. Дихтярь А.И. Проблемы развития общего среднего образования и образовательного менеджмента //Ученые записки Симферопольского государственного университета. Экономика.-1999.-№10(49).- С.110-119.

Поступило в редакцию 12.09.2001

УДК 339.138

Дударь А.П.

УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ СТАНОВЛЕНИЯ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ

В сложившихся условиях становления рыночной экономики Украины объективной необходимостью становится обеспечение конкурентоспособности предприятий, поскольку в современной конкурентной борьбе при всей ее масштабности, динамизме и остроте выигрывает тот, кто анализирует и борется за свои конкурентные позиции.

Понятие конкурентоспособности фирмы включает в себя комплекс экономических характеристик, определяющих как положение торгового учреждения на том или ином рынке, так и характеристики товара, заложенные в сфере производства, а также факторы, формирующие в целом экономические условия производства и сбыта товаров. [1, с.79]. Если конкурентоспособность предприятия - характеристика, определяющая устойчивость предприятия, способность его сохранять свое положение на рынке или расширять занимаемый сектор рынка [2, с.102], то конкурентоспособность товара – это многоаспектное понятие. Оно означает соответствие товара условиям рынка, конкретным требованиям потребителей не только по своим качественным, техническим, экономическим, эстетическим характеристикам, но и по коммерческим и иным условиям его реализации (цена, сроки поставки, каналы сбыта, сервис, реклама). Более того, важной составной частью конкурентоспособности товара является уровень затрат потребителя за период его эксплуатации.

Конкурентоспособность товара и конкурентоспособность торговой фирмы относятся между собой как часть и целое. Возможность компаний конкурировать на определенном товарном рынке непосредственно зависит от конкурентоспособности товара и совокупности экономических методов деятельности фирмы, оказывающих воздействие на результаты конкурентной борьбы. [3]

В экономической литературе существует множество определений категории “конкурентоспособность”, подчас противоречащих друг другу. Так, словари дают следующие толкования: во-первых, «... конкурентоспособность товара – совокупность потребительских свойств товара, определяющая его отличие от других аналогичных товаров по степени и уровню удовлетворения потребности покупателя и затратам на его приобретение и эксплуатацию» [4, с. 107]. Во – вторых, «... конкурентоспособность товара – способность продукции быть более привлекательной для потребителя (покупателя) по сравнению с другими изделиями аналогичного вида и назначения, благодаря лучшему соответствию своих качественных и стоимостных характеристик требованиям данного рынка и потребительским оценкам» [5, с. 106]. А.Н. Романов утверждает, что «... под конкурентоспособностью понимается комплекс потребительских и стоимостных (ценовых) характеристик товара, определяющих его успех на рынке, то есть преимущество

УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ СТАНОВЛЕНИЯ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ

именно этого товара над другими в условиях широкого предложения конкурирующих товаров – аналогов». [6, с. 167].

По нашему мнению, все эти определения имеют общий недостаток: Представляя конкурентоспособность как совокупность всех свойств товара, они не учитывают того, что потребителя больше интересует соотношение: «качество/ цена потребления». Данное Е.А. Горбашко [7, с.7] определение, а именно: «... конкурентоспособность означает способность данного предмета (потенциальную и/или реальную) выдержать конкуренцию», - более точно отражает сущность данной категории, хотя и не объясняет, за счет чего может возникнуть эта способность.

На наш взгляд, конкурентоспособность – более высокое по сравнению с товарами – заменителями соотношение совокупности качественных характеристик товара и затрат на его приобретение и потребление при их соответствии требованиям рынка или его определенного сегмента. Иначе говоря, конкурентоспособным считается товар, у которого совокупный полезный эффект на единицу затрат выше, чем у остальных, при этом величина ни одного из критериев не является неприемлемой для потребителя. Так, товар с низким качеством может быть конкурентоспособен при соответствующей цене, но при отсутствии какого- либо свойства он потеряет привлекательность вообще. Например, отсутствие вспышки у фотоаппарата практически невозможно скомпенсировать снижением цены.

Помимо требований к товару, выдвигаемых каждым отдельным потребителем, существуют и требования, общие для всех товаров, обязательные к выполнению. Это нормативные параметры, которые устанавливаются: 1) действующими международными и региональными стандартами; 2) национальными зарубежными и отечественными стандартами; 3) действующими законодательствами, нормативными актами, техническими регламентами страны- экспортёра и страны- импортера, устанавливающими требования к ввозимой в страну продукции; 4) стандартами фирм – изготавителей данной продукции; 5) патентной документацией. И если хотя бы одно из требований не будет выполнено, то товар не может быть выведен на соответствующий рынок.

При положительном результате анализа нормативных параметров необходимо проанализировать конкурентоспособность товара на конкретных рынках. При этом следует иметь ввиду, что конкурентоспособность не является имманентным качеством фирмы. Это означает, что конкурентоспособность фирмы может быть обнаружена (оценена) только в рамках группы фирм, относящихся к одной отрасли, либо фирм, выпускающих товары (услуги) – субституты. Конкурентоспособность можно выявить только сравнением между собой этих фирм, как в масштабе страны, так и в масштабе мирового рынка. [8, с. 84]

Следовательно, конкурентоспособность фирмы – понятие относительное: одна и та же фирма в рамках, например, региональной отраслевой группы может быть признана конкурентоспособной, а в рамках отраслей мирового рынка или его сегмента – нет.

В современной экономической литературе предлагается различать четыре основных уровня конкурентоспособности предприятия. Для предприятий первого уровня характерна внутренне нейтральная организация управления. Руководитель беспокоится только о выпуске продукции, не смотря на имеющиеся проблемы конкурентоспособности и удовлетворения потребностей потребителей. В данном случае считаются лишними замена технологии или повышение технического уровня продукции, усовершенствование структуры и функций организации по вопросам

сбыта и службы маркетинга, поскольку не учитываются изменения рыночной ситуации и запросы потребителей.

Предприятия второго уровня конкурентоспособности стараются сделать свои производственные системы «внешне нейтральными». Это означает, что продукция предприятия должна полностью соответствовать стандартам, которые установлены их основными конкурентами. Если руководители знают, что фирма имеет какие-либо другие конкурентные преимущества на рынке, нежели ее конкуренты и стараются не придерживаться общих стандартов производства, установленных в отрасли, то предприятие в этом случае эволюционирует на третий уровень конкурентоспособности. Система управления на таких предприятиях начинает активно влиять на производственные системы, способствуя их развитию и усовершенствованию.

Когда же успех в конкурентной борьбе становится не столько функцией производства, сколько функцией управления и зависит от качества, эффективности управления, организации производства, то предприятия достигают четвертого уровня конкурентоспособности и существенно опережают своих конкурентов[11, с. 86-87].

Торговым менеджерам следует иметь в виду, что на конкурентоспособность оказывают влияние определенные элементы. Каждый из элементов – это составляющий блок, из которых складывается конкурентная среда. Элементы имеют свои критерии, то есть характерные черты, описывающие состояние данного элемента, как внешнего, так и внутреннего воздействия.

Кроме того, выделяют факторы, определяющие конкурентоспособность предприятия и конкурентную среду. Под факторами мы подразумеваем движущие силы, инструменты, объективно и субъективно возникающие воздействия, которые формируют конкретную среду. Именно факторы определяют характеристики элементов, их влияние, объёмные, качественные и другие состояния. Рассмотренные в единстве и взаимосвязи элементы характеристики, факторы позволяют наиболее объективно и правильно формировать подход к организационному обеспечению управления конкурентоспособностью предприятия.[2, с.102-103].

Представляется, что все факторы можно классифицировать на три группы: во-первых, внешние; во-вторых, внутренние факторы и в-третьих, непосредственного окружения. На факторы внешнего окружения фирма влиять не может, тем не менее, она должна их учитывать в своей деятельности (таблица 1).

Факторы непосредственного окружения - это те, которые не зависят от торговой фирмы, но на которые она может существенно повлиять. К ним относятся: во-первых, действия конкурентов; во-вторых, действия поставщиков; в-третьих, экономический потенциал клиентов и их действия; в-четвёртых, действия компаний; в-пятых, действия кредиторов.

Внутренними считаются факторы, зависящие от торгового предприятия. Их инициатор – сама фирма. К ним относятся: 1)система и методы управления фирмой; 2) уровень техники и технологии на предприятии; 3)система разработки и внедрения нововведений; 4)уровень организации обслуживания; 5)система планирования; 6)система экономического стимулирования и др.

Таблица 1

**Основные факторы внешней среды торгового предприятия,
влияющие на его конкурентоспособность.**

| Факторы | Характеристика |
|---|---|
| 1. Государственное регулирование экономики | Удельный вес предприятий различных видов собственности в народном хозяйственном комплексе страны, или отрасли; удельный вес таможенных ограничений по экспортным, импортным позициям; налоговое регулирование экспортных, импортных операций; амортизационная политика; уровень поддержки инновационных и инвестиционных процессов; уровень регулирования доходов; удельный вес приоритетных отраслей, поддерживаемых государством. |
| 2. Монополизация экономики | Общий уровень концентрации продавцов; антитрестовое регулирование; вертикальная интеграция |
| 3. Товарные рынки | Структура отраслевых рынков; ёмкость товарных рынков; уровень требовательности покупателей; стандартизация товаров; устойчивость позиций лидеров |
| 4. Рыночная инфраструктура | Технический уровень информационных коммуникаций; разветвлённость и насыщенность транспорта; состояние банковского и страхового обслуживания; уровень развития специализированных посреднических организаций |
| 5. Природно-ресурсный потенциал страны, отрасли | Обеспеченность экономики собственными природными ресурсами, уровень отрицательной экологической нагрузки; обеспеченность водными ресурсами |
| 6. Трудовые ресурсы страны, отрасли | Возрастная структура; образовательный уровень; цена рабочей силы; уровень загрузки трудовых ресурсов. |
| 7. Интеллектуальные ресурсы страны, отрасли | Удельный вес научных сотрудников в трудовых ресурсах; удельный вес специалистов с высшим образованием; инновационный задел; объем финансирования государством инновационных программ |
| 8. Производственная база страны и отрасли | Стоимость основных производственных фондов страны, отрасли; уровень износа основных фондов; удельный вес активной части основных фондов |
| 9. Кредитно-финансовая система страны, отрасли | Средний размер активов банков и страховых компаний, технический уровень финансовых организаций |
| 10. Социальная ситуация | Культурный уровень развития общества; национальные традиции страны |
| 11. Экономическая интеграция | Удельный вес в конечном продукте импортируемых товаров, комплектующих и материалов; уровень вертикальной и горизонтальной интеграции. |

Между внутренними, внешними и факторами непосредственного окружения существует тесная взаимосвязь - внутренние, как правило, вытекают из внешних и факторов непосредственного окружения. Однако иногда довольно трудно провести между ними грань и выделить влияние каждого из них.

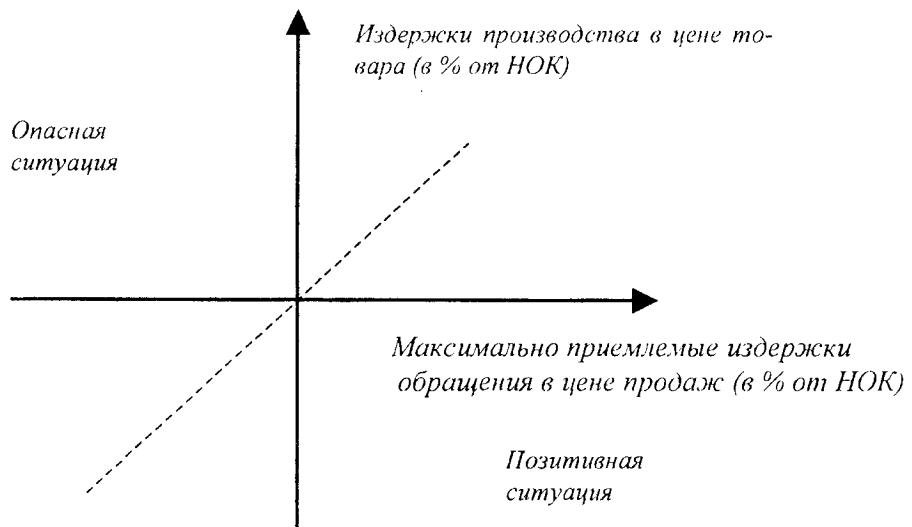
Главная цель исследования всех этих факторов – определить конкурентные преимущества предприятия. Конкурентное преимущество - это те характеристики, свойства товара или марки, которые создают для фирмы определенное превосходство над своими прямыми конкурентами. Эти характеристики (атрибуты) могут быть самыми различными, и относится как непосредственно к товару или базовой услуге, так и к дополнительным услугам, сопровождающим базовую, а также к формам производства, сбыта или продаж, специфичным для фирмы или товара. Указанное превосходство является, следовательно, относительным, определяемым по сравнению с конкурентом, который занимает наилучшую позицию на рынке товара или в сегменте рынка. Данный конкурент считается самым опасным и называется приоритетным.

Относительное превосходство конкурента может быть обусловлено различными факторами. В общем виде эти факторы на наш взгляд можно сгруппировать в две большие группы, исходя из критерия создаваемых ими преимуществ, которые могут быть внутренними и внешними. Конкурентное преимущество называется «внешним», если оно основано на отличительных качествах товара, которые образуют «ценность» для покупателя за счет либо сокращения издержек, либо повышения эффективности. Внешнее конкурентное преимущество, следовательно, увеличивает «рыночную силу» фирмы в том смысле, что она может заставить рынок принять цену продаж выше, чем у приоритетного конкурента, не обеспечивающего соответствующего отличительного качества. Стратегия, вытекающая из внешнего конкурентного преимущества, - это стратегия дифференциации, которая опирается на маркетинговое ноу-хау торговой фирмы, ее превосходство в выявлении и удовлетворении потребностей покупателей, недовольных имеющимися товарами на конкурентном рынке.

Конкурентное преимущество является «внутренним», если оно базируется на превосходстве торговой фирмы в отношении издержек обращения, управлении фирмой или товаром, которое создает «ценность для продавца», позволяющую добиться цены меньшей, чем у конкурента. Внутреннее конкурентное преимущество – это следствие более высокой «производительности», которая обеспечивает торговой фирме большую рентабельность и большую устойчивость к снижению цены продаж, навязываемому рынком или конкуренцией. Стратегия, основанная на внутреннем конкурентном преимуществе, - это стратегия доминирования по издержкам, которая базируется главным образом на организационном и производственном ноу-хау фирмы.

Данные два типа конкурентного преимущества, имеющие разное происхождение и различную природу, часто оказываются несовместимыми, поскольку требуют существенно различающихся практических навыков торговых менеджеров и маркетинговой культуры. На рис 1. представлены оба аспекта конкурентного преимущества, которые можно выявить, используя следующие вопросы: во-первых, как наша

максимальная цена продаж, принимаемая рынком, соотносится с ценой приоритетного конкурента? Ответ: опасная или позитивная ситуация характеризуют уровень «рыночной силы» торговой фирмы. Во-вторых, наши издержки на единицу продукции выше или ниже, чем у приоритетного конкурента? Действительное состояние единичных издержек даст ответ об уровне «производительности» и рентабельности торговой фирмы.



НОК - наиболее опасный конкурент.

Рис 1. Схема конкурентного преимущества торгового предприятия.

Горизонтальная ось на рис 1. соответствует максимальной величине издержек обращения в цене, принимаемой рынком, а вертикальная ось – издержкам производства. Обе величины приводятся в процентах по сравнению с аналогичными значениями для приоритетного конкурента. При этом позиционирование в левом верхнем и правом нижнем квадратах отвечает соответственно опасной или идеальной ситуациям. Позиционирование в левом нижнем квадрате подразумевает стратегию лидерства по издержкам. Позиционирование в правом верхнем квадрате соответствует стратегии дифференциации. А вот биссектриса разграничивает благоприятные и неблагоприятные ситуации для конкурирующей фирмы.

Задача торгового менеджера при анализе конкурентоспособности разработать управленческое решение, дающее торговой фирме возможность позиционировать себя по этим осям, чтобы извлечь из этого стратегические следствия и сформировать приоритетные цели. Для выбора положения по оси «рыночная сила» следует использовать данные, полученные при исследованиях имиджа марки. Эти исследования позволяют измерить «ценность», воспринимаемую рынком, и оценить эла-

стичность по цене. При анализе «производительности» следует исходить из кривой опыта или учитывать данные службы маркетинга, в функции которой входит наблюдение за конкурентами [10, с. 277-279].

Следует отметить, что конкурентные преимущества, которые обеспечивают стабильность торгового предприятия, бывают высокого и низкого порядка. К низкому порядку относятся возможности использования дешевой рабочей силы, средств транспорта по низким тарифам, энергии и т.п. Низкий порядок этих конкурентных преимуществ связан с тем, что они нестабильны и легко могут быть утрачены в связи с ростом цен и заработной платы или из-за того, что конкуренты также используют дешевые трудовые и материальные ресурсы.

Конкурентные преимущества высокого порядка – это, прежде всего, уникальные товары, изготовленные на основе уникальных технологий и высококвалифицированные торговые специалисты, а также репутация самой фирмы. Понятно, что их использование обходится торговому предприятию недешево и требует много времени для внедрения в процесс обращения. В случае формирования конкурентных преимуществ высокого порядка возможно достижение стабильного конкурентоспособного положения на том или ином рынке.

Торговому предприятию для того, чтобы быть уверенным в успешном функционировании на местном или мировом рынке, необходимо формировать конкурентные преимущества, прежде всего, высокого порядка. [9, с. 42]

Выявление характера конкурентного преимущества торговой фирмы является достаточно сложной задачей. Здесь возникает несколько проблем. Первая из них заключается в выборе базовых объектов для сравнения, то есть в выборе фирмы-лидера в сфере торговли страны или за ее пределами. Такая фирма-лидер должна, по нашему мнению, обладать определенными параметрами, чтобы сравнение с ней было корректным. К таким параметрам следовало бы на наш взгляд отнести: во-первых, соизмеримость характеристик выпускаемых в стране или регионе товаров по идентичности потребностей, удовлетворяемых с их помощью; во-вторых, соизмеримость сегментов рынка, для которых предназначены данные товары; в-третьих, соизмеримость фазы жизненного цикла, в которой функционирует фирма.

Иначе говоря, конкурентное преимущество одной торговой фирмы над другой может быть оценено в том случае, когда обе фирмы удовлетворяют идентичные потребности покупателей, относящихся к родственным сегментам рынка. При этом оба торговых предприятия находятся примерно в тех же фазах жизненного цикла. В противном случае сравнение будет некорректным.

Вторая проблема состоит в выборе критерии продуктивности использования ресурсов торговой фирмы. Продуктивность использования ресурсов предполагает наибольшую отдачу, наибольший результат, приходящийся на единицу совокупных ресурсов, которыми располагает торговое предприятие. Когда деятельность фирмы связана с извлечением прибыли, а совокупные ресурсы оцениваются в денежном выражении, продуктивность может быть оценена показателем рентабельности.

Однако в условиях перехода к рыночной экономике торговая фирма ставит перед собой цель не только извлечения максимальной прибыли. Она может функционировать и по принципу безубыточности. В этом случае конкурентное преимущество

во «продуктивность использования ресурсов» должно оцениваться за длительный период, в течении которого могут быть достигнуты не только тактические, а и стратегические цели данной фирмы.

Третья проблема заключается в возможности сканирования (слежения) рынка. С одной стороны сложность, а иногда и полное отсутствие доступа к информации о деятельности конкурентов может создать у руководства торговой фирмы необоснованное мнение о превосходстве своей фирмы над конкурентами, привести к самоуспокоенности и ослаблению усилий, связанных с поддержанием необходимого уровня конкурентного преимущества. А с другой, информация может создать впечатление о невысоком уровне продуктивности использования ресурсов фирмой-конкурентом. И тогда сравнение с ней будет трактоваться как преимущество своей фирмы.[8, с. 84- 85].

Таким образом, для получения корректных результатов оценки уровня конкурентного преимущества с целью совершенствования механизма управления конкурентоспособностью необходимо на наш взгляд усиление тех составляющих стратегического потенциала, которые должны обеспечивать возможность адекватного отражения ситуаций, складывающихся как во внутренней, так и внешней среде торговой фирмы.

Литература

1. Хвичия Л. Обеспечение конкурентоспособности фирмы// Бизнес-информ- 1998-№5 -- с. 79 – 81
2. Воронкова А.. Тенлинский Г., Комисаренко В. Поддержка конкурентоспособности предприятия// Бизнес-информ.- 1999-№3 – 4. – с. 102 – 103
3. Герчикова И.Н. Менеджмент. – М..1995
4. Амбарцумов А.А., Стерликов Ф.Ф. 1000 терминов рыночной экономики. - М.: Крон-Пресс. 1993. – 302с.
5. Тарасова В.П., Крутикова Ф.А. Толковый словарь рыночной экономики. – М.: Рекламно-издательская фирма «Глория», 1993 – 302с.
6. Маркетинг (Под ред. Романова А.Н.) – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1996 – 560с.
7. Горбашко Е.А. Менеджмент качества и конкурентоспособности. – СПб: Изд-во СПбГУЭФ. 1998 – 207с.
8. Градов. Экономическая стратегия фирмы. – СПб, 1996.
9. Оберемчук В. Стратегия предприятия. Киев, 2000 – 128 с.
10. Ламбен Ж.Ж Стратегический маркетинг. – СПб., 1996
11. Оберемчук В. Стратегия предприятия. Киев, 2000 – 128 с.
12. Азоев Г.Л., Челенков А.П. Конкурентные преимущества фирмы. – М., ОАО « Типография «НОВОСТИ», 2000. – 256с.
13. Анфалов А. Методика определения конкурентоспособности продукции. // Экономика и управление. – 2000. - № 6. -с. 3-4.
14. Смолин И.В., Лещук Н.М. Стратегия развития торгового предприятия в рыночных условиях. – К., 1999 – 73 с.

Поступило в редакцию 12.09.2001

Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского
Серия «Экономика». Том 14 (53). 2001 г. №2. С. 40-44

УДК 336.773, 336.774

Крамаренко В.И.

О СТАНОВЛЕНИИ СИСТЕМЫ ИПОТЕЧНОГО ЖИЛИЩНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В УКРАИНЕ

Переход Украины к рыночной системе хозяйствования коснулся жилищного сектора. Если при централизованном распределении бюджетных ресурсов на строительство государственного жилья и его бесплатного предоставления гражданам в официально признанном установленном порядке как нуждающихся в улучшении жилищных условий, доля государственных капитальных вложений составляла более 80%, а средств населения – лишь немногим более 15%, то с начала 90х годов в сфере жилищного финансирования произошли серьезные изменения. С одной стороны, предусмотренные для выполнения социальных программ капитальные вложения государства, предприятий и организаций стали недостаточными; а с другой – упала платежеспособность населения, сократились возможности приобретения гражданами жилья или объектов ведения индивидуального домашнего хозяйства. Возникла проблема обеспечения жильем украинских граждан на базе рыночного, а не административно-распределительного подхода.

На наш взгляд выходом из сложившейся ситуации может быть внедрение системы ипотечного кредитования. Это позволит создать работающую систему обеспечения доступным по стоимости жильем всего населения. Данная система должна быть основана на рыночных принципах приобретения, за счет собственных средств граждан и долгосрочных ипотечных кредитов на свободном от монополизма государства жилищном рынке.

Одним из ключевых требований предлагаемой системы финансирования должно быть обеспечение доступности ипотечных кредитов для групп населения не только с наиболее высокими, но и средними доходами. При этом система ипотечного кредитования должна носить развивающийся рыночный, а не дотационный характер, быть полностью прозрачна и ясна для участников процесса ипотечного кредитования.

Создаваемая система ипотечного кредитования должна опираться на эффективное использование привлекаемых финансовых ресурсов граждан, кредитных структур, инвесторов, а не на финансирование со стороны государственного бюджета. Жилищное ипотечное кредитование как система должна быть организационно воспроизводима в любом регионе страны.

О СТАНОВЛЕНИИ СИСТЕМЫ ИПОТЕЧНОГО ЖИЛИЩНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В УКРАИНЕ

Таблица 1
Участники финансирования жилья и операций с недвижимостью
в условиях рыночной экономики.

| Участник | Его роль на рынке жилья |
|---|--|
| Семья или семейная единица | Создают спрос на жилье |
| Строительные подрядчики и организаторы проектов в сфере недвижимости | Формируют предложение на рынке жилья |
| Организации первичного рынка: Компании по операциям с ипотеками и ссудно-сберегательные учреждения, коммерческие банки, прочие кредиторы | Кредитование строительства и приобретения жилья |
| Организации вторичного рынка: ОАО | Обеспечивают связь между финансированием жилищного строительства и рынком долгосрочного ссудного капитала |
| Страховщики: Частные страховые компании, государственные и региональные страховые организации | Берут на себя часть банковских рисков, возникающих при кредитовании строительства и приобретения жилья |
| Инвесторы, вкладывающие капитал в ценные бумаги, обеспеченные неделимым пулом ипотек | Держатели ценных бумаг, обеспеченных неделимым пулом ипотек (ипотечных ценных бумаг) |
| Инвестиционные банки | Создают рынки ипотечных ценных бумаг, торгуют ими и являются держателями |
| Органы жилищного строительства (государственные, региональные, местные) | Реализуют социальные жилищные программы, осуществляют страхование ипотек, предоставляют гарантии, регулируют деятельность участников рынка ипотечного кредитования |
| Брокеры по операциям с недвижимостью (риэлтеры) | Посредники на рынке жилья |
| Оценщики недвижимости | Оценка собственности |
| Кредитные бюро | Составление и предоставление кредитных историй заемщиков кредиторам |
| Рейтинговые агентства | Определяют рейтинги ипотечных ценных бумаг |

Представляется, что основными задачами государства при развитии системы ипотечного жилищного кредитования должны стать:

- совершенствование законодательной и нормативной базы, обеспечивающей исполнение обязательств при ипотечном кредитовании, и, в первую очередь, в части создания четкой процедуры обращения взыскания на предмет ипотеки и выселения неплательщиков из заложенного жилья;
- создание инфраструктуры, обеспечивающей наличие четкого и надежного механизма регистрации сделок с недвижимостью и прав на нее, а также процедуры

доступа к этой информации участников рынка ипотечного кредитования;

- налоговое стимулирование граждан-получателей ипотечных кредитов, с одной стороны, а с другой коммерческих банков, выдающих ипотечные кредиты, и инвесторов, обеспечивающих рефинансирование коммерческих банков-кредиторов;

- обеспечение равных условий для свободной конкуренции между субъектами рынка ипотечных кредитов;

- создание механизмов социальной защиты заемщиков от неправомерных действий банков-кредиторов, а также социальной адаптации заемщиков при процедуре выселения в случае невозможности погашения взятого ранее ипотечного кредита;

- уточнение нормативной базы, регулирующей деятельность кредитных организаций по предоставлению и обслуживанию долгосрочных кредитов, и их рефинансированию;

- формирование нормативно-законодательных основ для использования новых финансовых инструментов (ипотечных ценных бумаг) с целью привлечения долгосрочных ресурсов в жилищную сферу.

Анализ имеющегося мирового опыта позволяет выделить две принципиально приемлемые модели организации системы жилищного кредитования. Первая модель – депозитивного института, а применительно к условиям Украины – сберегательного банка. Имеется в виду следующее. Сберегательные банки аккумулируют средства на цели ипотечного кредитования главным образом через вклады и контрактные сбережения. Они предоставляют ипотечные займы и обслуживают их, а именно собирают регулярные платежи в счет погашения кредитов, ведут счета, работают с должниками и т.п. При этом сберегательные банки сами выступают в роли инвесторов, т.е. формируют за счет выданных кредитов инвестиционный портфель. На наш взгляд подобная модель вполне приемлема для Украины.

Возможна также и такая форма мобилизации ресурсов для ипотечного кредитования в соответствии с рассматриваемой моделью, как система контрактных «стройсбережений». Подобная форма получила широкое распространение в ряде западноевропейских стран, в том числе во Франции, Германии. Специфика данной схемы – замкнутость; то есть в качестве источников предоставления кредитов на жилье используются только те средства, которые накоплены участниками схемы контрактных сбережений.

Основной проблемой реализации системы стройсбережений в Украине в настоящее время является не только высокий уровень инфляции, и отрицательные рыночные процентные ставки по вкладам. В этом случае без дополнительных государственных дотаций вкладчику не только необходимо производить взносы для выполнения условий кредита, но также и накапливать дополнительные средства для компенсации уменьшения реальной величины сбережений относительно инфляции.

Представляется что, в условиях отсутствия сегодня в Украине широко доступных кредитов на приобретение жилья такая система позволит привлечь дополнительные банковские финансовые ресурсы. Однако, система стройсбережений в целом, как единая форма организации жилищного финансирования, обладает существенным недостатком. Она ограничивает размер привлекаемых средств только объемами сбережений вкладчиков, заинтересованных в получении жилищных кредитов,

О СТАНОВЛЕНИИ СИСТЕМЫ ИПОТЕЧНОГО ЖИЛИЩНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В УКРАИНЕ

и не охватывает сбережений другой части населения и собственных финансовых ресурсов юридических лиц.

Второй вариант организации системы жилищного финансирования – модель ипотечной компании, которая работает иначе. Ипотечные компании, в их чистом виде, не привлекают вклады; наличные операции финансируются за счет собственного капитала и срочных займов. Они выдают ипотечные кредиты и обслуживают их. Но, выдав заем, компания продает его третьему лицу – инвестору. При этом продает или непосредственно, или путем выпуска ценных бумаг, обеспеченных пулом ипотечных кредитов. Вырученные средства ипотечные компании сновапускают в оборот, выдавая новые займы. Их прибыль складывается из сборов за предоставленные кредиты, а также из платежей за их обслуживание.

Развитие данной модели организации жилищного финансирования предполагает наличие вторичного ипотечного рынка. В Украине такого рынка сегодня нет. В то же время модель ипотечной компании привлекают многие банки, поскольку дает принципиально новый подход в решении проблемы дефицита долгосрочных финансовых ресурсов. Однако, ключевой вопрос этой модели – это проблема поиска инвестора.

На наш взгляд, при наличии соответствующих социально-экономических условий в Украине могут получить распространение обе модели жилищного финансирования. При этом они не обязательно должны функционировать в чистом виде.

Ипотечное жилищное кредитование в Украине носит локальный характер. В некоторых регионах уже начали применять подобные схемы. Так, первыми ласточками стали строительная компания «Киевгорстрой» и банк «Аркада». Банк «Аркада» выдает кредиты сроком на 10 лет под 10,5% годовых на участие в долевом строительстве жилья в «Киевгорстрое». Обеспечением кредита при этом является это же строящееся жилье.

В Днепропетровске городской администрацией при участии «Приватбанка» разработана авто-жилищная ипотечная программа, выдающая кредиты на покупку и строительство жилья, а также на покупку автомобилей. Данная программа предусматривает выдачу кредитов сроком на 3 года на сумму не превышающую 50% стоимости квартиры. Причем, если сумма кредита не превышает 5000 долл. США, то начисляется 21% годовых, а если превышает, соответственно – 23% годовых.

Подобная программа ипотечного жилищного кредитования уже активно используется в Харькове и Одессе. В Симферополе ипотечное жилищное кредитование уже начала применять риэлторская компания «Капитель». Важной особенностью развития рынка ипотечного жилищного кредитования является использование подобных схем на вторичном рынке жилья частными дилерами.

К сожалению, имеющаяся в Украине законодательная база для осуществления ипотечного жилищного кредитования носит слишком общий характер. В стране отсутствует система нормативных и подзаконных актов, способная обеспечить стабильное регулирование отношений залогодателя и залогодержателя недвижимости. Не принят и закон об ипотеке, где были бы четко сформулированы процедура и порядок оформления ипотечных отношений.

Однако, экономические отношения, возникающие при ипотечном кредитовании, не следует сводить только к юридической составляющей. Ипотека – отношение

комплексное, экономически-юридическое. Юридическая база является лишь инструментом в ипотечных отношениях, а основой служит экономика. Следовательно, главным сдерживающим фактором в развитии ипотеки является экономическое положение государства и некоторые социальные факторы.

До тех пор, пока не улучшится экономическая ситуация в Украине, даже общегосударственные программы ипотечного жилищного кредитования будут развиваться с трудом. Очень сложно строить рынок, где более половины населения живет за официальной чертой бедности. Кроме того, на привлекательность ипотеки влияет высокий процент за кредит, который сейчас составляет не ниже 10% годовых. К примеру, в экономически развитых странах мира процент ипотечного кредита колеблется в пределах 5-7% годовых.

Негативное влияние на развитие ипотеки оказывает и теневая экономика. По данным различных источников, теневой оборот составляет от 40% до 60% от годового валового производства в Украине. Это значит, что определенные слои населения значительную часть своих доходов не декларируют, и, соответственно не платят с них налогов. Если подобные лица заключают договор ипотечного займа, то им неизбежно придется легализовать свои доходы, что повлечет увеличение суммы налоговых платежей. С другой стороны, кредитная организация вряд ли заключит договор ипотеки с лицом, доход которого, предположим, 300 долл. США в месяц, а он обязуется уплачивать ежемесячно 500-600 долл. США.

Негативное влияние на развитие ипотеки оказывают социальные явления, такие, например, как недоверие населения к кредитным организациям. Многочисленные финансовые пирамиды, из-за которых пострадали миллионы вкладчиков, снизили у населения желание связываться с банками.

В некоторой степени развитию долгосрочных кредитных отношений в Украине мешает и политическая неопределенность. Непредсказуемость событий, неуверенность в завтрашнем дне вынуждают граждан не вкладывать средства в жилье по мере получения доходов. Для этого необходим длительный период предварительного накопления. А поскольку прежнего доверия к банкам нет, то значительные денежные средства изымаются из оборота, не используются государством на решение различного рода социально-экономических проблем, среди которых наиболее ост锐 о остается проблема жилья.

Литература

1. Белинский Ю. Методы влияния государства на рынок жилья: задачи для разработки жилищной политики в Украине. // Экономика Украины – 1998, №7.
2. Воробьев Ю. и др. Залоговое кредитование: зарубежный опыт и российская действительность // Вопросы экономики. – 1995. - №11.- с.135-146.
3. Гриценко Е. Особенности формирования рынка недвижимости в Украине // Экономика Украины – 1999, №7.
4. Дестресс М. Ипотека и ипотечный кредит. // Деньги и кредит. – 1995.- №8.- с.48-52.
5. Евтух А. Ипотека как составляющая рыночного механизма хозяйствования // Экономика Украины. 2000.- №1.- с.65.
6. Настало время риэлтера. // Голос Украины – 2000.- №15.-с.6.
7. Самошенко В.А. Виражи ипотеки // Строительный эксперт, 1999, №20.

Поступило в редакцию 12.09.2001

УДК 330.115

Мацебера С.А.

ПРОБЛЕМЫ МОДЕЛИРОВАНИЯ ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ РЕГИОНА

Важнейшей целью становления рыночных отношений в Украине, проведения экономических реформ являются повышение эффективности экономики, достижения высокого благосостояния народа.

Рынок, зародившийся несколько тысячелетий назад, прошел сложный путь развития и является достижением человеческой цивилизации. До начала двадцатого века рыночная система функционировала на базе индивидуальной частной собственности, свободной конкуренции, обобществления производства в рамках предприятия; социальной незащищенности граждан.

Главной отличительной чертой современной экономической системы стало активное воздействие государства на развитие национальной экономики. Сегодня нерегулируемого государством рынка по существу в мире нет. Важнейшим рычагом государственного регулирования являются прогнозирование и планирование социально-экономического развития.

Для описания процесса прогнозирования и планирования социально-экономического развития все большее применение находит моделирование. Математическая модель в общем смысле является множеством символьических математических объектов и отношений между ними. Математическая модель будет воспроизводить выбранные стороны развивающейся системы, если будут установленные правила соответствия, связывающие специфические объекты и отношения системы с определенными математическими объектами и отношениями. Модель – это система, отражающая другую систему.

Опыт применения математических методов и ЭВМ для решения задач регионального уровня показывает, что для успеха подобного предприятия нужна хорошая математическая модель самой макроэкономической системы. Она нужна, чтобы проанализировать реакции управляемой системы на управляющие воздействия и синтезировать подходящую структуру системы управления. Ясно, что хорошую математическую модель эколого-экономической системы можно будет построить, если общим подходам политической экономии к исследованию экономики найти адекватное математическое воплощение. Очень важен системный подход к описанию экономики. Если для изучения приходится выделять некоторый фрагмент, то описание его должно опираться на описание экономики как целого. При этом особое внимание надо обращать на обратные связи, воплощенные в экономических механизмах регулирования протекающих в системе процессов. Эти механизмы отражают тип производственных отношений и, следовательно, структуру системы. Други-

ми словами, математическая модель экономической системы содержит не только описание технологических процессов и технологических связей, но и описание экономических механизмов регулирования этих процессов, отражающее в усредненном виде взаимоотношения людей, участвующих в производстве.

Особенное внимание заслуживает описание взаимодействия экономики и социальной сферы с окружающей природной средой. В огромных возрастающих масштабах происходит процесс потребления природных ресурсов. Этот процесс происходит непосредственно, когда природный продукт исчезает в результате экономической или социальной деятельности (добыча полезных ископаемых, технологическое потребление природных ресурсов в различных отраслях промышленности, сельском хозяйстве, потреблении населением и т. д.). Имеет место и косвенное потребление природных ресурсов, когда природный продукт не является объектом потребления, но в результате экономической или социальной деятельности происходит ухудшение качественных и количественных характеристик окружающей природной среды. Например, в результате функционирования автомобильного транспорта (грузового и пассажирского), предприятий теплоэнергетики, химической промышленности, добывающей и других отраслей промышленности окружающая природная среда – вода, атмосферный воздух, земля, лес загрязняются. Следует при этом выделить особый вид природопотребления, когда природные ресурсы потребляются длительное время без существенного ухудшения их качественных и количественных характеристик -рекреационное потребление водных, лесных, земельных ресурсов, атмосферного воздуха и др.

В результате возрастающего экономического и социального потребления природных ресурсов в регионе обострились две глобальные проблемы природопользования – истощение многих видов природных ресурсов и постоянное снижение качества окружающей среды. Необходимы меры по рационализации природопользования и охране окружающей природной среды. Они должны базироваться на разработке прогнозов природных ресурсов, обеспеченности ими потребности развития экономики, социальной сферы.

В составе факторов, отрицательно влияющих на состояние природных ресурсов, выделяют увеличение масштабов экономического (производственно-хозяйственного) и социального их потребления, а так же естественные факторы. В то же время положительно влияют следующие факторы:

- хозяйственная деятельность, направленная на воспроизводство природных ресурсов;
- природоохранительная деятельность человека: очистка водных, земельных ресурсов, предотвращение загрязнения воздушного бассейна и т. д.;
- жизнедеятельность микроорганизмов, очищающая загрязненные ресурсы, поглощение различными видами растительного мира вредных веществ и т.д.

Влияние всех вышеперечисленных факторов достаточно трудно рассчитать с необходимой точностью. По этой причине показатели природоресурсного прогноза должны постоянно корректироваться на основе использования информации единой интегрированной базы данных.

ПРОБЛЕМЫ МОДЕЛИРОВАНИЯ ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ РЕГИОНА

Эколо-экономическая система региона рассматривается нами, прежде всего как сложная динамическая система, построенная по иерархическому принципу, составные элементы которой соединены воедино прямыми и обратными связями.

Характер связей между отдельными элементами системы определяется процессыми производства, обмена, распределения и потребления, которые, в свою очередь, зависят от способа организации общественного производства.

Для характеристики экономической системы необходимо описать ее основные составляющие и связи между ними и окружающей средой. Экономическая система может быть представлена как совокупность по крайней мере четырех основных групп ее составляющих: а) трудовые ресурсы; б) природные ресурсы; в) материально-вещественные ресурсы; г) экономико-управляющие преобразователи.

Социальная суперсистема действует на экономическую систему через информационные потоки, характеризующие структуру и объемы потребностей общества в конечном общественном продукте и пути их удовлетворения в рамках данной общественно-социальной структуры.

Сложность экономики определяется не только огромным числом составляющих компонентов экономической системы и связей между ними, но и качественными особенностями экономических явлений и процессов. Например, все экономические процессы следует считать динамическими, т.е. изменяющимися во времени. С другой стороны, течение этих процессов в каждый момент существенно зависит от их предшествующего состояния. Как динамизм, так и устойчивость экономических процессов и явлений оказывают колossalное влияние не только на качественную структуру народнохозяйственных связей, но и существенно изменяют их количественные характеристики, увеличивая число элементов системы, подлежащих исследованию и определению (значение любой переменной величины должно быть определено для каждого момента времени в будущем, причем это значение должно быть наилучшим из всех возможных и обычно определяется с учетом его предыдущей динамики развития).

Существенно отметить, что каждый элемент экономической системы может непосредственно взаимодействовать не со всем множеством других элементов, а лишь с той или иной его частью. По своей интенсивности связи отдельных элементов между собой различны.

Глубина и прочность связей между элементами экономики являются определяющими для выделения подсистем, которые можно рассматривать как относительно самостоятельные в рамках систем более высокого порядка, обладающих теми или иными дополнительными степенями свободы (иерархический принцип построения).

С этой точки зрения под экономической подсистемой понимается такая совокупность элементов, теснота связи между которыми существенно превышает тесноту связи между выделенной совокупностью и окружающей ее средой. Таким образом, отдельное предприятие или их группа, отрасль или группа отраслей могут рассматриваться в качестве соответствующей подсистемы.

Информационные и материальные потоки могут связывать между собой отдельные элементы экономической системы непосредственно или через некоторые промежуточные звенья. Экономические связи между элементами системы могут

осуществляться как по "горизонтали", так и по "вертикали". Всю систему можно представить в виде упорядоченной последовательности элементов, каждый из которых является самостоятельной подсистемой по отношению к элементам, расположенным на одной горизонтали с данными элементами; элементы одной и той же горизонтали являются составляющими по отношению к подсистемам более высокого порядка, расположенной выше по вертикали.

Экономическая система характеризуется также стохастическим характером взаимодействия между своими элементами, что еще более осложняет получение качественных характеристик экономических процессов и явлений. Каждое изменение одной из характеристик процесса ведет изменениям целого ряда связанных с ней элементов, которые, в свою очередь, вызывают цепную реакцию, в конечном счете, затрагивающую самые отдаленные от начального звена участки системы, хотя и с разной системою интенсивности. Для каждой части экономической системы можно выделить ряд элементов, которые оказывают на нее прямое воздействие; это влияние условно можно считать детерминированным, можно выявить его количественную определенность и измерить влияние каждого из "соседних" звеньев друг на друга. В то же время функционировании больших экономических систем сопровождается так называемым "шумом" (или "возмущением"), который обусловлен суммарным влиянием огромного количества факторов, порою весьма заметно исказжающих общую картину экономических процессов. Факторы, выполняющие роль возмущений в экономических процессах, воздействуют с различной силой и в разных направлениях, поэтому суммарное (интегральное) воздействия их на изучаемый объект можно считать равнодействующей величиной. Возмущения, сопровождающие функционирование экономических систем, приводят к тому, что изучение экономических процессов может быть эффективным с учетом их вероятностного характера.

На современном этапе развития материального производства при его огромной масштабности и сложности построения и внедрения системы оптимального функционирования экономической системы становится возможным только при выполнении ряда условий. Среди них на первом месте стоит разработка и использование экономико-математических методов и моделей, наличие соответствующей технической базы (представленной электронно-вычислительной техникой с необходимым математическим обеспечением), а также информационных потоков (их систем), адекватных структуре экономики.

Сложность математического моделирования экономических процессов заключается в том, что, в отличие от технологических систем, в экономике необходимо постоянно предусматривать возможное поведение человека, труд которого, затраченный в процессе производства, является всегда обязательным условием создания материальных благ, необходимых обществу в целом. Кроме того, в условиях рынка необходимо учитывать и поправки на риск. При планировании, выборе стратегии развития встает задача выявления, измерения рисков, управления ими, сведения риска к минимуму. Различают три уровня риска: допустимый, критический, катастрофический. При допустимом уровне риска снижаются доходы, рентабельность; при критическом инвестор несет уже ощутимые потери; при катастрофическом уровне он разоряется.

Оценка риска производится с целью прогноза запаса прочности проекта, варианта плана, страхования от неблагоприятных воздействий. Для этого выявляются зоны рисков, критические факторы, чувствительность к ним мероприятий для осуществления в плановом периоде. Прогнозирование позволяет выбрать вариант менее рисковый и более прибыльный в складывающихся условиях, приносящий максимальную прибыль при наихудшем развитии событий.

Однако даже безукоризненно разработанная теория, располагающая полной системой математических моделей, описывающих функционирование экономики, не может быть реализована без построения адекватной системы сбора, переработки и хранения информации. В настоящее время в деятельности по созданию инструментов в области сбора и обработки информации все более важное значение приобретают разработки конкретно - ориентированных интерактивных (диалоговых) систем, базирующихся на системно – программистских разработках, системах управления базами данных, диалоговых системах общего характера, разработках в области искусственного интеллекта.

Литература

1. Багриновский К.А., Рубцов В.А. Модели и методы прогнозирования и долгосрочного планирования: учебное пособие. - М., 1992.
2. Гончаров А.А., Орлова И.В., Половников В.А. Методы экономико-математического моделирования и прогнозирования в новых условиях хозяйствования. - М. ВЗФИ.1991.
3. Леонтьев В.В. Межотраслевая экономика. - М., 1997.
4. Хорев Л.Г. Основы государственной экономической политики. Учебник. - М.: ВЕК,1997.
5. Экономико-математические методы и прикладные модели. Под. ред. В.В. Федосеева. М.:ЮНИТИ.2000.

Поступило в редакцию 12.09.2001

УДК 65.050.9(2)2.

Миронова Т.Л.

РЕФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ УКРАИНЫ

Осуществление экономических и социальных преобразований, достижение экономического роста и представление государством управлеченческих услуг на высоком уровне, продвижение в направлении европейской интеграции возможно только при условии создания эффективной системы государственного управления, отвечающей стандартам демократического, правового государства с социально ориентированной рыночной экономикой.

С этой целью на Украине проводится широкомасштабная административная реформа, неотъемлемой частью которой является реформирование системы государственной службы, а именно, создание обновленного, дееспособного государственного аппарата, становление профессиональной, политически нейтральной и авторитетной государственной службы. Основные направления реформирования государственной службы включают:

- совершенствование классификации должностей государственных служащих;
- оптимизацию управления государственной службой;
- обеспечение конкурентоспособности, объективности, прозрачности и гласности во время приема на государственную службу и продвижение по ней;
- совершенствование административной культуры государственных служащих, усиление общественного доверия к ним;
- усиление мотивации и стимулирования труда, заинтересованности государственных служащих и их социальной защиты;
- совершенствование системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации государственных служащих и кадрового резерва;

Закон Украины «О государственной службе» трактует понятие «государственная служба», как профессиональную деятельность лиц, которые занимают должности в государственных органах и их аппарате, практически выполняя задания и функции государства и получая заработную плату за счет государственных средств[2].

Государственные органы - это органы с полномочиями, установленными Конституцией Украины, другими законодательными актами Украины, связанными с осуществлением законодательной, исполнительной, судебной власти с целью определения, согласования и выполнения заданий и функций государства в определенной сфере деятельности или на определенной территории. Единым органом законодательной власти на Украине является парламент - Верховный Совет Украины.

РЕФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ УКРАИНЫ

Высшим органом в системе органов исполнительной власти является Кабинет Министров Украины. К системе органов исполнительной власти относят: министерства, комитеты, Совет Министров автономной Республики Крым, местные государственные администрации и органы местного самоуправления[1]

Основными целями и заданиями государственной службы на Украине являются создание условий для развития открытого гражданского общества, защита прав и свобод человека и гражданина, а также обеспечение результативной и стабильной деятельности органов государственной власти в соответствии с их заданиями, полномочиями и компетенцией на конституционных основах.

Стратегия реформирования системы государственной службы предусматривает совершенствование классификации должностей государственных служащих. В построении системы современной государственной службы необходимо исходить из четкого определения функций органов государственной власти и должностных лиц, создание оптимальной структуры управления и размежевания полномочий каждого органа.

В классификации должностей в органах государственной власти по содержанию и характеру деятельности, способу назначения и наделения полномочиями целесообразно законодательно определить такие типы должностей: политические, административные и патронажные. Лица, которые занимают политические должности, должны сосредоточиться на формировании правительственной политики, решении стратегических проблем экономического и социального развития общества и соответствующей сферы управления и с этой целью должны быть освобождены от ежедневных административных дел и управления персоналом. К политическим должностям должны быть отнесены должности Премьер - министра Украины, других членов Кабинета Министров Украины. Выполнение функций по организации исполнения решений Министра, принятие управленческих решений по заданиям, возложенных на аппарат министерства, а также управление персоналом должен осуществлять государственный секретарь министерства. Эта должность относится к административным должностям и является высшей среди должностей государственных служащих министерства. К административным - должны принадлежать должности руководителей и специалистов обеспечивающие стабильную работу органов государственной власти в соответствии с законодательством. Смена руководителя, структуры и подчинения органов государственной власти не может быть основанием для увольнения с должностей государственных служащих, которые занимают административные должности в органах государственной власти.

К патронажным должностям относятся должности советников, консультантов, помощников и другие должности, предусмотренные штатным расписанием для организационного и информационно- аналитического обеспечения деятельности членов Кабинета Министров Украины, руководителей органов государственной власти. На должности патронажной службы соответствующие руководители имеют право самостоятельно подбирать и принимать лиц без конкурса. Вместе с тем должности патронажной службы в установленном порядке должны относиться к соответствующим категориям должностей государственных служащих. В случае необходимости

ности на должности патронажной службы руководитель может назначать на условиях контракта лиц, которые не имеют статуса государственных служащих.

Важным направлением реформирования системы государственной службы Украины является обеспечение конкурсности, объективности и гласности во время приема и продвижения по службе. Для предупреждения рецидивов непрофессионализма и некомпетентности формирование кадрового потенциала необходимо осуществлять на основе высококвалифицированных специалистов новой генерации. С этой целью необходимы более совершенные прозрачные, объективные процедуры принятия на государственную службу, внедрение единого порядка проведения открытого конкурса и стажировки со сдачей экзамена. С целью поиска потенциальных лидеров, наделенной неординарными качествами молодежи целесообразно разработать порядок принятия на государственную службу перспективных выпускников высших учебных заведений, специалистов предпринимательской, банковской и финансово-экономической сферы.

Эти меры требуют существенных изменений в характере деятельности кадровых служб органов исполнительной власти. Кадровые службы должны сосредоточиться в первую очередь на аналитической и организационной работе в кадровом менеджменте, анализе эффективности деятельности соответствующего органа, его структурных подразделений, профессиональной деятельности каждого государственного служащего, прогнозе развития персонала, планировании карьеры служащих, обеспечении их обучения и мониторинге эффективности работы.

В ходе реформирования системы государственной службы необходимо осуществить комплекс мер, направленных на повышение административной культуры государственных служащих, изменить в общественном сознании негативный имидж государственной службы. Необходимо разработать принципы взаимодействия органов государственной власти, органов местного самоуправления и их должностных лиц с общественностью, ввести принципиально новый тип взаимоотношений между гражданами и госслужащими, в основе которых были бы приоритеты прав и свобод человека, уважение к личности, высокая культура общения.

Реализация мер по реформированию государственной службы должна сопровождаться реформированием системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров. В основу реформирования профессионального обучения кадров должно быть положено смещение акцентов в сторону подготовки национальной управленческой элиты. Особенного внимания потребует их подготовка в области управленческой деятельности, принятия решений, стратегического менеджмента, управления персоналом, административного менеджмента и др.

Обучение должно носить опережающий характер с учетом перспектив развития государства, совершенствования заданий и функций ее органов.

Обучение кадров должно базироваться на государственных образовательных стандартах с учетом мирового опыта, гибкости применения всех видов, форм и методов обучения, достижения интенсификации и оптимизации учебного процесса.

Подготовка, переподготовка и повышение квалификации работников государственной службы должны опираться на определенные принципы и реализоваться с помощью системы организационных мер, регулирующих учебный процесс. Харак-

РЕФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ УКРАИНЫ

тер и тип подготовки и переподготовки государственных служащих определяются тем, для какой системы государственного управления они предназначены. В частности, государственная служба гражданского общества требует от служащих ряда качеств, выступающих одновременно образовательными принципами подготовки, переподготовки и повышения квалификации госслужащих. Эти качества должны быть осознаны, развиты и систематизированы, хотя их сходное присутствие обусловлено в большей или меньшей мере самой включенностью претендентов на должности в систему государственной службы и госслужащих в общество. Естественно, что в гражданском обществе требуемые качества изначально присутствуют в большей степени. Принципы подготовки, переподготовки и повышения квалификации госслужащих могут быть разделены на профессиональные и общегражданские (т.е. требуется формирование гражданских качеств, выраженных у государственных служащих в более концентрированном виде, нежели у других граждан), на внутрикорпоративные и задающие отношения корпорации бюрократии с гражданами и другими общественными институтами; кроме того, выделяется группа принципов объединения профессиональных приоритетов и волевых качеств.

Общегражданские принципы предполагают:

развитие повышенного чувства ответственности и гражданского сознания, в том числе ряда специфических этических качеств, таких, как гражданский долг;

внедрение в поведение навыков мотивирующего и мотивированного воздействия на окружающих;

честность и неподверженность коррупционным воздействиям.

Профессиональные принципы включают:

наличие специальных знаний из области политологии, экономики, социальной психологии, истории и теории мирового и отечественного государственного и отечественного государственного управления, социологии, права и др.;

умение использовать эти знания;

стремление постоянно повышать свой профессиональный уровень.

Внутрикорпоративные принципы предполагают укоренение навыков руководящей работы, в том числе лидерских качеств, а также умение соразмерять цели и способы их достижения.

Принципы обращенности корпорации бюрократии к гражданам и другим общественным институтам сводятся к принятию модели открытого и предсказуемого поведения, учету разнообразных позиций и умению найти их оптимальную и принимаемую обществом результирующую, ведущую в то же время к достижению поставленных и принятых обществом политических целей, к максимально возможному удовлетворению общественных потребностей и ожиданий.

Названные принципы, будучи структурированными, предполагают существование государственного управления как комплексной учебной дисциплины, включающей в себя (интегрирующей) элементы различных знаний. Эти знания для госслужащего должны быть усвоены не просто в качестве свода абстрактных сведений, а в виде «установок на деятельность», что может быть обеспечено только особым построением курсов воспитания. В курсы для госслужащих непременно следует включать компоненты реальнойправленческой деятельности и ее имитации. По-

вышенная роль тренингов, практик, имитационных методов и приемов и т.п. по сравнению с традиционными лекциями и семинарами может способствовать достижению указанной цели воспитания госслужащих, устанавливая родство подготовки госслужащих и врачей-практиков.

Литература

1. Конституція України.- Київ.1996.
2. Закон України «Про державну службу».- Урядовий кур'єр.1994.-№4.
3. Указ Президента України «Про стратегію реформування системи державної служби в Україні» №599 від 14 квітня 2000р.
4. Указ Президента України «Про підвищення ефективності системи державної служби» №208 від 11 лютого 2000р.

Поступило в редакцію 12.09.2001

УДК 37.014

Нагорская М.Н.

ОСНОВЫ ЭФФЕКТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

В процессе исторического развития задача научного управления производством всегда ставилась на первый план наряду с техническим перевооружением. Успех социальных, экономических преобразований общества, зависит, прежде всего, от его руководящего начала - аппарата управления, который должен правильно определять стратегию и тактику поведения людей в процессе производственной деятельности.

Эффективная работа людей обеспечивается эффективностью деятельности управленческого персонала. В зависимости от того, как управленческие работники выполняют возложенные на них обязанности, достигается соответствующий уровень эффективности труда коллектива.

Эффективность управления является главным инструментом раскрытия преимуществ различных форм хозяйствования, осуществления стабилизационных мер в нынешних условиях радикальных экономических реформ в Украине. Уровень реализации целей предприятия зависит от использования мастерства, квалификации кадров, и прежде всего, от предпримчивости работников аппарата управления и его лидеров - руководителей.

Переход к рыночным отношениям предполагает обновление всех звеньев экономики, процесса производства и управления. Опыт стран с развитой рыночной экономикой естественным образом оказывает влияние на становление новых форм хозяйствования в Украине. Поэтому концептуальные подходы к управлению зарубежных ученых представляют закономерный интерес. Чаще они характеризуют «управление» болееозвучным и емким для них словом «менеджмент», вкладывая в это понятие умение добиваться поставленных целей, используя труд, интеллект, мотивы поведения других людей.[1].

В отечественной науке и практике, равно как в других постсоциалистических странах все чаще употребляют менеджмент применительно к управляющим и процессу управления. Понятие «менеджер» все шире входит в деловой обиход, употребляется взамен «руководитель». Изменение терминологии не случайно, оно связано с преодолением прежних стереотипов мышления, когда мировой опыт, знания практически игнорировались.

Понятия «менеджмент» и «менеджер» многими отождествляются, что неправомерно. Поэтому различные подходы к трактованию этих понятий представляются необходимым проанализировать. «Главным элементом, лежащим в основе капиталистического менеджмента, - пишет С.Д.Мартынов, - является профессиональный характер управленческой деятельности. Английский термин «manager» подразуме-

вает наемных профессиональных управляющих» [2, с.30]. Такой подход становится все более распространенным: менеджер - это «наемный работник, обладающий специальной профессиональной подготовкой в области менеджмента (теории и практики управления)» [3, с.67].

Некоторые специалисты неправомерно отождествляют понятия «менеджер» и «предприниматель», другие вкладывают в них различный смысл, считая, что хороший предприниматель не обязательно должен или может быть хорошим менеджером. Уточнение отличительных особенностей этих категорий позволит правильно ориентироваться в функциональной направленности должностных лиц.

С учетом сложившихся представлений в новых условиях хозяйствования можно согласиться с мнением А. Семенова, который считает, что менеджер – это профессиональное управление. Предпринимательство исторически и логически предшествует менеджменту. Сфера предпринимательства включает разработку предпринимательской идеи, изыскание ресурсов, определение способов их эффективного использования, а сфера менеджмента охватывает процессы обеспечения такого использования. [4, с.62].

Неподготовленности управленцев к новым условиям хозяйствования привели к разрушительным явлениям в экономике Украины. В то же время высокий уровень развития таких стран, как США, Япония, ФРГ, Франция и других обусловлен именно тем, что правительства этих стран большую роль отводят совершенствованию системы подготовки менеджеров в программах повышения конкурентоспособности фирм и предприятий. Именно уровень подготовленности менеджера определяет успех фирмы как в настоящем, так и в будущем.

Важность менеджмента в результатах работы фирмы дает основание для определения критерия эффективности управления производством в условиях рыночной экономики по показателям эффективности деятельности предприятия.

Перестроечные процессы в стране привели к значительным изменениям промышленного комплекса Украины. Как свидетельствуют статистические данные, в 1985 г. еще наблюдается рост объема выпускаемой продукции отечественным производством и капитальных вложений по сравнению с предыдущим годом, но уже начиная с 1990 г. - падение объемов, пока совсем незначительное - на 0,1%, а в 1991 г. - уже на 5%, далее, как было принято трактовать экономические процессы того периода, - шел «обвальный спад» производства, капитальных вложений, производительности труда: резкий скачок «вниз» - до 63,1% в 1992 г. по сравнению с 1991 г. капитальных вложений; в 1994 г. произошел резкий спад производства - до 72,7% от уровня 1993 г.. Наблюдается постоянное снижение этих показателей в последующие годы.

В 1996 г. объем производства продукции по отношению к 1990 г. составил менее 50%, хотя в 1996 г. очевидно снижение темпов падения объемов производства и производительности труда по отношению к предыдущему году. К сожалению, это было связано не с улучшением или хотя бы стабилизацией экономического положения в промышленности, а отсутствием объекта снижения: многие промышленные производства к данному периоду уже практически ничего не производили, и потому нечего было снижать. Негативные явления продолжаются и в настоящий период,

выражаются если не в падении производства ("некуда падать"), то в постоянном уменьшении занятости населения, особенно в промышленности.

Причины и следствия неэффективного функционирования промышленности, безусловно и, прежде всего, - в разорванных хозяйственных связях и созданных рубежах, препятствующих хозяйственной деятельности. В качестве новых причин для рыночных условий хозяйствования – это отсутствие четкой законодательной базы, надежной и действенной системы правопорядка. В таком состоянии, как Украина, оказались большинство постсоциалистических стран.

Известный экономист и политик США Линдон Ларуш, анализируя перспективы возрождения народного хозяйства России (а эти выводы характерны и для Украины), считает, что условия анархии и вседозволенности по отношению к ввозу и вывозу продукции и сырья губительно отражаются на экономике страны. Рост народного хозяйства и «свободная торговля», по его мнению, - это несовместимые противоположности. Если все страны мира перейдут на «свободную торговлю», то в результате вся мировая экономика будет ввергнута в хаос всеобщей разрухи [5, с.22].

Именно "свободная" торговля наблюдается в Украине, начиная с 1991 г., которая приобретает катастрофические размеры – большинство населения занимается продажей и перепродажей своим же соотечественникам, притом импортных товаров.

Наводнение импортной продукции в Украине ведет не только к ликвидации рабочих мест в собственной стране, но и зачастую способствует появлению на рынке товаров низкого качества, что способствует деградации национальной экономики.

Необходимость защиты отечественного производителя - это первостепенная задача правительства страны с целью развития ее экономики. Поиск легких путей пополнения бюджета за счет налоговых сборов за счет ввоза импортных товаров не может решить кардинальных проблем развития и улучшения жизненного уровня населения.

Анализируя работу промышленности за последние годы - период реформ - можно констатировать, что на большинстве предприятий практически остановлена инвестиционная деятельность. Финансовая система, как и вся экономика Украины, находится в состоянии кризиса. Промышленные предприятия по-прежнему обременены взаимными задолженностями, связанными с недостатком оборотных средств, неплатежеспособностью потребителей.

Действующая система налогообложения как бы предопределяет такие негативные явления. Ее последовательное изменение не снижает жесткости в налогообложении производства. Создается впечатление, что во внимание принимается только один фактор - дефицит бюджета. Последнее является трудно разрешимой задачей в условиях спада производства, неэффективного функционирования.

В развитых странах с рыночными отношениями основными направлениями государственного регулирования являются: социальная защита населения, проведение фундаментальных научных исследований, развитие инфраструктуры и общественного транспорта, внешнеэкономические связи, система налогообложения, экология. Применительно к особенностям настоящего периода развития Украины необходимо учитывать такие апробированные организационно - экономические методы управ-

ления, как государственная поддержка приоритетных производств, налоговые льготы, снижение процентных ставок по кредитам, освобождение от налогообложения прибыли, которая используется на инвестиции и инновации.

Вместе с тем, ряд предприятий в этих сожных условиях успешно работают, выплачивают работникам заработную плату, обновляют производство. Обобщая их опыт, можно сделать следующий вывод. К числу первоочередных задач, решение которых возможно без значительных финансовых средств силами предприятия, можно отнести следующие. Во-первых, реорганизация деятельности, в том числе оргструктуры, с тем чтобы она соответствовала перестроенным процессам. Во-вторых, разграничение центра прибыли и центра расходов, оценка с точки зрения эффективности и рациональности каждого подразделения. В-третьих, разработка и внедрение такой системы стимулирования, при которой все будут стремиться зарабатывать деньги, обеспечивая общий результат. В-четвертых, самым серьезным образом необходимо заняться маркетингом. И, в-пятых, главной проблемой осуществления эффективной деятельности является подготовка соответствующего кадрового потенциала, обучение кадров, формирование коллектива, способного в трудных условиях нормально работать.

Процесс обновления экономики получает свое развитие посредством внедрения различных форм и методов хозяйствования на уровне основных звеньев промышленности предприятий- флагманов индустрии.

Например, такое крупнейшее предприятие тяжелого машиностроения, как производственное объединение «Новокраматорский машиностроительный завод» уже в 1995 г. приобрело статус акционерного общества. Такой шаг руководство и коллектив оценили как весьма эффективный для активизации деятельности в сложный период перестроенных процессов в экономике: предприятие увеличивало количество договоров, фактический уровень прибыли составил 147.2% к плану за счет собственной прибыли осуществляет техническое перевооружение производства, решает вопросы социального развития, материального стимулирования работников.

На аналогичном предприятии, гиганте тяжелого машиностроения - «Уралмаш», которое сейчас находится в России, процессы реструктуризации пошли иначе: приватизация посредством акционирования, разукрупнение предприятия. Держателями акций имущества АО «Уралмаш» стали различные коммерческие фирмы, которые находились в различных городах, в том числе Москве, Санкт-Петербурге и др. Такой подход негативно отразился на развитии этого предприятия: снизились объемы производства и, соответственно, численность работающих. Если до приватизации на ПО «Уралмаш» работало 57 тыс.чел., то после акционирования количество работающих снизилось до 17 тыс.чел. Это повлекло значительную безработицу, проблемы социального характера.

Опыт двух крупнейших предприятий машиностроительной отрасли свидетельствует, что перевод на новые условия хозяйствования не должен был осуществляться поспешно. При отсутствии опыта необходимы были тщательно продуманные и подготовленные условия для работы в новой экономической формации. Подтверждением этому может служить процесс приватизации на Сибирском заводе тяжелого электромашиностроения (ныне ОАО «ЭЛСИБ»), который осуществлен в три ста-

дии. Это предприятие развивалось подобно многим в Украине. Эволюция выбора формы управления и приватизации осуществлялась в такой последовательности.

Производство в полном объеме ориентировалось на выполнение государственного заказа. Госзаказ на 100% обеспечивался необходимыми сырьем и материалами, поступающими, как правило, из отдаленных районов страны. В свою очередь продукция «ЭЛСИБ» поставлялась в другие республики, в то время как на заводы Сибири генераторы поступали из г.Харькова. Такое построение экономики было обычным для Советского Союза. Практически все предприятия были определенным образом связаны между собой и зависели друг от друга. Поэтому в период распада Советского Союза, госзаказ был практически снят, поставки сырья и материалов прекратились. Рынок сбыта оказался за пределами вновь образовавшегося Российского государства. Экономические связи разрушились. Предприятие осталось один на один со своими производственными, снабженческо-сбытовыми и другими экономическими проблемами.

В первые предприятие «ЭЛСИБ» получило и ощутило самостоятельность в условиях аренды в 1990 г. Был создан коллективный орган управления - правление арендного предприятия. Впоследствии трудовой коллектив выкупил имущество предприятия у государства, предприятие приобрело статус народного. Затем имущество было поделено между пайщиками - работниками предприятия. В 1992 г. народное предприятие было преобразовано в акционерное общество. При этом собственниками предприятия, или акционерами, стали все члены трудового коллектива.

Директор ОАО «ЭЛСИБ» Н.А.Канискин, анализируя пятилетний опыт работы в условиях акционирования, делает следующие выводы: невозможно решить все экономические проблемы только посредством самоуправления коллектива. Для продуктивного функционирования предприятия необходимы два основных условия: квалифицированные методы управления и рациональный собственник. В ОАО «ЭЛСИБ» эту задачу в определенной степени удалось решить [6, с.33-34].

В рамках акционерного общества «ЭЛСИБ» осуществлен переход от децентрализованной системы управления к централизованной. Дирекция в настоящее время имеет контрольный пакет акций, поэтому появилась возможность оперативного решения производственных и экономических вопросов. Осужден комплекс перестроек процедур по организации производства в рыночных условиях, поскольку прежние формы и методы управления мешают предприятиям по-новому решать возникающие проблемы.

Изменив форму собственности, многие специалисты, работники АО «ЭЛСИБ» увидели возможность сразу улучшить свое материальное положение путем увеличения заработной платы, не думая о развитии и будущих результатах. Руководство понимало, что в такой ситуации предприятие не смогла бы должным образом следить за воспроизводством основных фондов, их своевременным количественным и качественным наращиванием и никакая замена руководства, что практиковалось в последнее время, не сможет восполнить упущенное, удержать производство на высоком уровне. Именно по этой причине на первом этапе приватизации была очевидной необходимость обязательного установления норматива фонда развития произ-

водства, науки и техники. Такие условия хозяйствования обеспечили успех и развитие промышленности на этапе реформирования экономики.

Весьма своеобразный путь эффективного развития избрали на Днепропетровском радиозаводе. Это предприятие было одним из крупнейших по производству сложной бытовой и военной радиоэлектронной аппаратуры. Реструктуризация предприятия шла по пути разукрупнения. Предприятие было взято в аренду с последующим выкупом в 1994 г. Радиозавод был раздроблен на 73 юридически самостоятельных предприятия (по технологическому признаку - законченности определенного этапа производства продукции или по обособленным видам продукции, услуг) и на его базе было создано акционерное общество открытого типа «Концерн «Весна», которое насчитывает 24000 акционеров.

В целях сохранения целостности предприятия и эффективности функционирования были сохранены единые фонды и управляемость предприятия: концерн имеет контрольный пакет акций (51% и более) в каждом из входящих в него предприятий; все 73 предприятия не имеют собственных фондов - они арендуют их на договорных началах в концерне; оплата труда работников подразделений осуществляется в зависимости от конкретных полученных результатов.

Проведенная реструктуризация дала возможность концерну сохранить выкупленный у государства капитал, привести в соответствие с требованиями рынка инфраструктуру крупного предприятия. В результате налажено серийное производство современных телевизоров, осваиваются технологии сложной бытовой техники фирм «SAMSUNG», «SONY» и др. Управление концерном осуществляется в автоматизированном режиме с использованием персональных компьютеров. Расширение контрактов с зарубежными фирмами ведется в направлении использования их технологий, комплектующих изделий для сборки телевизоров и другой сложной бытовой техники, что стало возможным в рамках концерна.

Приведенные примеры свидетельствуют, что «врастание в рынок» проходило стихийно, что и породило столько негативных последствий.

В качестве неотъемлемой части реформ рассматривается необходимость создания и развития субъектов малого бизнеса. Это закреплено Законами Украины «О предприятиях в Украине», «О предпринимательстве», принятых в 1991 г. Однако до сих пор развитие малого бизнеса в Украине на крайне низком уровне.

Главными причинами, как отмечают все без исключения предприниматели-большие налоги, отсутствие правовых гарантит. Эти проблемы влекут за собой теневую экономику. В создавшихся условиях высококвалифицированные специалисты с предпринимательской жилкой, творческим подходом вынуждены организовывать нелегальную деятельность: налоги «уходят мимо» государства, потенциал специалистов не используется ни для развития экономики страны, ни для организации рабочих мест на легальной основе, прослойка безработных людей увеличивается.

В Законе Украины «О предпринимательстве» отведена специальная статья 14 «Государственная поддержка предпринимательства», в которой предусматривается в целях создания благоприятных организационных и экономических условий для развития предпринимательства государственная поддержка в виде предоставления предприятиям целевых кредитов. Однако высокие процентные ставки, да и многие

другие условности в большинстве случаев не позволяют воспользоваться такой формой «государственной поддержки».

Условия развития и поддержки предпринимательства в странах с устоявшимися рыночными отношениями может быть для нас хорошим примером. В США, например, для малых предприятий более характерным видом деятельности является сфера услуг, поскольку этот бизнес является трудодоминирующим и не требующим больших капиталовложений на оборудование, подсобных помещений. В 1953 г. Конгресс США принял закон о создании Администрации по делам малого бизнеса, которой вменены функции поддержки малого бизнеса, в том числе с помощью займов, субсидий.

Весьма интересен, не только в познавательном плане, но и для практического применения, опыт США по организации бизнес-инкубаторов, описываемый В.Суляном [7]. Основу бизнес-инкубатора составляет многоцелевое здание, в котором компании (предприятия) могут найти бесплатно или за умеренную плату приемлемое помещение под офис или склад. Пребывание под одной крышей позволяет многим фирмам существенно сократить расходы на свое содержание.

Для снижения издержек предусматривается совместное использование фирмами-участниками секретарских, телефонных, ксерокопировальных, компьютерных и прочих услуг. Предпринимателям оказывается содействие в области управления со стороны менеджеров бизнес-инкубатора.

Услуги бизнес-инкубатора предоставляются не всем предпринимателям, а только тем, кто может содействовать экономическому возрождению региона, поставлять на рынок новые товары и услуги, технические нововведения, представлять заинтересованность потенциальных инвесторов. Большинство бизнес-инкубаторов (90%) учреждены как бесприбыльные. И государство не только не препятствует этому, но всячески поощряет, поскольку таким путем осуществляется регулирование экономики страны, нацеливая на расширение возможностей по трудуоустройству, внедрение новых технологий, осуществление научных исследований и пр.

В Украине пока большие сложности с пониманием и тем более осуществлением подобной политики. Практически начало развития малого бизнеса можно отнести к 1992 г. До этого создание малых предприятий осуществлялось методом «проб и ошибок», существовали они, как правило, не долго, а потом или закрывались, или переориентировались на другие виды деятельности.

Сравнивая отраслевую структуру малого бизнеса Украины и США, необходимо отметить, что в Украине исключительно небольшой удельный вес малого бизнеса, функционирующего в сфере бытового обслуживания -5%, в то время как в США этому виду деятельности придается исключительное значение -30%.. С помощью малого бизнеса в этой сфере решаются многие проблемы социального характера: посредством предоставления населению дополнительных услуг, обеспечивающих комфортность условий их проживания, создаются рабочие места людям узкой специализации или низкой квалификации. Польза от такого вида деятельности весьма существенная, и потому она обеспечивается поддержкой со стороны государства.

Дальнейшее развитие в нашей стране должны получить малые предприятия промышленного профиля. Если в США 8% приходится на предприятия машиностроитель-

ной и добывающей промышленности, то в Украине деятельность машиностроительной отрасли поддерживается крупными и особо крупными предприятиями.

В развитии бизнеса, в том числе малого, многие страны видят наиболее приемлемый путь реализации преимуществ рыночной экономики. Описывая уроки китайской реформы, И.Балюк, М.Балюк отмечают, что неотъемлемой составной частью экономики Китая и одним из важнейших факторов успешного становления рыночной системы стал малый бизнес. Активное развитие индивидуального сектора позволило смягчить остроту многих проблем в Китае. Сфера малого бизнеса стала важным дополнением рынка труда, позволила расширить предложение разнообразных товаров и услуг, способствовала формированию конкурентной рыночной среды [8, с.29].

Японский феномен менеджмента, описанный Н.Скворцовым, дает представление об отношении государства к частному бизнесу, как партнеру. В то же время государство - это «регулятор, удерживающий экономику страны на наиболее приемлемой стратегической траектории» [9, с.83].

Анализ опыта различных стран по развитию, расширению сети малого бизнеса, предпринимательства свидетельствует, что таким путем можно позитивно воздействовать на экономику Украины.

Вместе с тем следует учитывать некоторые достоинства и недостатки малого бизнеса при сравнении с крупными предприятиями. К числу достоинств можно отнести, прежде всего, свободу действий. Каждый бизнесмен, управляющий малым бизнесом самостоятельно выбирает профиль, время работы в соответствии с личной компетенцией и планируемыми результатами. Это дает возможность эффективно организовать работу, адаптироваться к локальным требованиям рынка.

Частный предприниматель имеет непосредственные контакты с потребителями, ему нет необходимости создавать маркетинговые службы, поэтому оперативно принимает решения с учетом нужд и желаний покупателей, в том числе по структурной перестройке и переналачиванию производства, сбыту, оказанию услуг.

Частный предприниматель при соответствующих навыках может выдерживать конкуренцию с крупными, лучше финансируемыми фирмами путем предоставления более персонализированных услуг, индивидуального обслуживания, дружеской атмосферы.

В то же время малый бизнес таит в себе ряд недостатков, с которыми все постоянно сталкиваются. Каждый новый предприниматель, даже, казалось бы, весьма компетентный по конкретному виду бизнеса, вдруг обнаруживает пробелы по тем или иным вопросам, которые приходится решать. Ему не с кем посоветоваться, он не может привлечь к себе работников высшей квалификации, как это имеет место на крупных предприятиях. Ведь малые фирмы, хотя и могут платить «хорошие деньги», не гарантируют стабильности как в оплате, так и в постоянном использовании специалистов на данной работе в отличие от крупных фирм. Кроме того, весьма ограничены возможности продвижения по службе. Все это делает работу в малом бизнесе для высококвалифицированных специалистов непривлекательной.

В качестве второго недостатка можно отметить ограниченные возможности получения кредита, достаточного для развития. Кроме того, нет гарантии своевремен-

но его вернуть. Текущей наличности хватает только на ежедневные операции, поэтому трудно строить и реализовывать прогнозы по перспективному развитию.

Третий и самый, пожалуй, значительный по частоте обнаружения - это недостаток знаний по управлению. Поскольку предприниматель должен часто конкурировать с крупными компаниями, он постоянно испытывает недостаток управленческих знаний, навыков, акцентируя при этом внимание на своих сильных сторонах, не замечая слабых. В условиях переходного периода к рыночным отношениям многие нынешние бизнесмены не имеют не только опыта работы, но и соответствующего образования. Поэтому становление бизнеса на данном этапе осуществляется порой весьма нецивилизованными путями и методами.

Рассмотрение предпринимателей-собственников в качестве социальной базы экономических реформ, призванных обеспечивать стабильность общества, требует постоянного обновления и совершенствования системы подготовки кадров - менеджеров. Подготовка руководящих кадров бизнеса позволит быстрее перейти к цивилизованному формированию рыночных отношений. При этом должна обеспечиваться здоровая протекционистская политика и конкретные действия в этом направлении.

Литература

1. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. - М.: "Дело ЛТД.", 1994. - 702 с.
2. Мартынов С.Д. Профессионалы в управлении. - Л.: Лениздат, 1991. - 144 с.
3. Шрамченко Т.Б. Лекция 2. Управленческий труд и менеджеры / Современный менеджмент (курс кафедры теории организации и управления ГАУ) // Российский экономический журнал.- 1995.- № 10. - С.63-77.
4. Семенов А. Субъекты собственности и управления в рыночной экономике и их функции // Проблемы теории и практики управления. - 1994. - 16. - С. 62-68.
5. Ларин Л. Меморандум: «Перспективы возрождения народного хозяйства России».Пер.с англ. под ред.Т.В.Муранивского/Шиллеровский ин-т науки и культуры. Бюллетень №5.- М., 1995.- 29 с.
6. Экономика стран СНГ: проблемы. пути развития/ А.Г.Аганбегян, А.И.Амоша, М.Н.Нагорская. и др. - Донецк-Москва-Новосибирск. 1997. - 65с.
7. Супян В.Государственная поддержка предпринимательства в США (региональный аспект)//Проблемы теории и практики управления.- 1994.-№3- С.111-114.
8. Балюк И.. Балюк М. С учетом экономических реалий и приоритетов. Уроки китайской реформы //РИСК. - 1993. - '1. - С.28-34. 6
9. Скворцов И.Н. Формула успеха. -К.:Юринком, 97.-192с.

Поступило в редакцию 12.09.2001

УДК 338.012+338.242 (477)

Подсолонко В.А., Подсолонко Е.А., Мартовой А.В.

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ОСНОВЫ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ И ЕЕ РЕГИОНОВ

Общепринятым показателем развития мировой экономики считается валовой внутренний продукт ВВП.

Исходя из фактических данных, в структуру ВВП Украины входят: оплата труда наемных работников (43 – 48 %), налоги за исключением субсидий (19 – 22 %), валовая прибыль и смешанный доход (30 – 37 %).

Как видно из структуры ВВП, оплата труда составляет в нем почти половину его величины, а с учетом ее части в смешанном доходе и величины налогов на заработную плату, - значительную часть ВВП – около 75 %. Поэтому, говоря о резервах роста этого главного показателя развития экономики страны, необходимо, прежде всего, искать пути увеличения заработной платы и других видов доходов населения.

Однако это не означает, что надо просто повышать их размеры. Необходимо обеспечить соответствующий рост производства и его эффективности по всем факторам развития производства. Попытки увеличения размера прибыли, как другой важной составляющей формирования ВВП, только за счет роста цен, предпринимаемые в отечественной практике, постоянно приводят к разрушению экономики и всего рыночного механизма хозяйствования.

Поэтому главным направлением развития отечественной экономики в XXI веке должна выступать ее реструктуризация. Первые шаги ее осуществления в 90-е годы уже проявились.

По состоянию на 1999 г. в отраслевой структуре важнейшей составной части ВВП валовой добавочной стоимости (ВДС) экономики Крыма удельный вес ведущих отраслей сложился следующий: промышленность – 19,9 %, сельское хозяйство – 18,8 %, транспорт и связь – 13,1 %, сфера обслуживания – 11,7 %, социально – культурная сфера – 14,7 %, строительство – 6,6 %, жилищно-коммунальное хозяйство – 6,2 %. В сопоставимых ценах индексы физического объема ВДС устойчиво начали повышаться только с 1998 г. в промышленности и строительстве. Этому, в частности в промышленности, способствовал рост индексов объемов промышленной продукции не только в самом Крыму, но и в основной массе регионов Украины. В самом Крыму этот подъем был обеспечен тоже не всеми городами и регионами одинаково. Наибольший вклад из городов внесли Армянск, Евпатория, Красноперекопск, Симферополь и Феодосия. При этом в структуре промышленной продукции за пять лет с 1995 по 1999 г. произошли некоторые изменения. Резко снизился удельный вес черной металлургии (с 7,2 до 1,7 %), промышленности строительных материалов (с 5 до 2,9 %), легкой промышленности (с 1,5 до 0,6 %) и значительно

поднялась доля электроэнергетики (с 3,6 до 9,3 %) и топливной промышленности (с 6 до 11,1 %).

Однако производство важнейших видов промышленной продукции не позволяет излишне радужно воспринимать эти изменения. Выработка электроэнергии на душу населения в 1999 г. осталась на уровне 1995 г., а в 2000 г. даже снизилась. Производство основных видов продукции пищевой промышленности почти по всем ее видам неуклонно снижалось (за 10 лет почти в 10 раз) как в общем объеме, так и на душу населения, так же как и ее основы – сельскохозяйственного производства. Производство товаров легкой промышленности, культурно-бытового и хозяйственного назначения, также катастрофически уменьшилось.

Основа развития любой экономики – инвестирование, постепенно уменьшалось до 10 - 17% от объема 1990 г. При этом последнее пятилетие XX века имеет положительные результаты по объему иностранных инвестиций в экономику Крыма, возросших к началу 2001 г. почти в 10 раз, в сравнении с концом 1995 г.

На этой основе следовало ожидать, что отсутствующее производство, уменьшившееся по объемам во многих случаях в 10 и более раз, будет заменено импортными товарами. Однако товарная структура импорта второй половины 90-х годов показала обратную картину, импорт неуклонно снижался с 1996 по 2000 гг., уменьшившись в итоге на 22,6 %. Еще более удивительно в сложившейся производственной ситуации обнаружить в этот же период прирост экспорта товаров в 2000 г. по сравнению с 1996 г. на 16,5 %. В этот же период проявилась закономерность – уменьшение зависимости в экономике Крыма от бывших республик СССР. За период с 1996 г. по 2000 г. импорт из них уменьшился на 39 %, в том числе по России – на 33 %, а экспорт в них – на 37 %, в том числе в Россию – на 44 %.

На фоне достаточно больших объемов экспорта (173,4 млн. дол. США в 2000 г.) и импорта товаров (146,2 млн. дол. США в 2000 г.) имел место экспорт услуг, возросший с 54,4 в 1996 г. до 76,9 млн. дол. США в 2000 г., и импорт услуг, составивший в 2000 г. 12 млн. дол. США. При этом на 50 % вырос экспорт услуг в страны дальнего зарубежья, составивший 58,7 % в общем экспорте услуг в 2000 г. Вместе с тем импорт услуг из стран дальнего зарубежья сократился в этот период на 42 % и составил в 2000 г. 42 % от общего объема импорта услуг в Крыму из всех стран мира. Наибольший удельный вес в экспорте услуг занимают транспортные услуги (84 % в 1999 г., 73 % в 2000 г.), аналогично и в импорте услуг (95 % в 1999 г. и 90 % в – 2000 г.).

В последние 5 лет 90-х годов постоянно увеличивалась реализация платных услуг населению. В структуре этих услуг в 2000 г. бытовые услуги занимают 3,6 %, услуги пассажирского транспорта – 20 %, связи – 11,4 %, жилищного хозяйства – 4,8 %, образования и воспитания – 5,3 %, культуры – 0,8 %, физической культуры и спорта – 0,3 %, туристско-экскурсионные – 2,5 %, санаторно-курортные и оздоровительные – 26,8 %, коммунальные – 20,5 %, охрана здоровья – 1,6 %. Реализация платных услуг населению в сельской местности имеет несколько другую структуру. Так, бытовые услуги имеют 7,5 %, услуги пассажирского транспорта – 2,2 %, связи – 16 %, жилищного хозяйства – 4 %, образования и воспитания – 1 %, культуры – 0,5 %, физической культуры и спорта – 0,003 %, туристско-экскурсионные – 4,2 %,

санаторно-курортные и оздоровительные – 21,8 %, коммунальные – 42 %, охраны здоровья – 2 %.

Отмеченные выше бытовые услуги имеют разные виды, часть из которых имеет тенденцию к развитию, а часть – к сворачиванию. К последним относится строительство и ремонт квартир. Тенденция снижения объемов некоторых видов бытовых услуг еще усиливается необоснованными попытками повышать на них цены без соответствующего улучшения их качества и в отрыве от темпов роста заработной платы населения. На этой основе население отказывается от многих видов услуг (прачечные, индивидуальный пошив одежды, обуви, прокат и т.д.). Индексы розничных цен и тарифов на товары и платные услуги, начиная с 1996 г. постоянно опережали темпы роста заработной платы.

На фоне тотального уменьшения производства по важнейшим видам продукции за этот период предпринимались реальные попытки по вводу в действие отдельных производственных мощностей. Но, несмотря на достаточно регулярные попытки по вводу мощностей по производству, например, цельномолочной продукции, хлебобулочных изделий, объем их производства постоянно сокращался. На фоне 1990, 1991 гг. жилищное и особенно социально-культурное строительство медленно уменьшалось.

Транспортные перевозки (отправления) грузов сократились почти в 10 раз, а пассажиров – в 2 раза. При этом грузовые перевозки автомобильным транспортом сократились более чем в 10 раз, а пассажирские – в 3 раза; железнодорожным – грузовые сократились в 3,7 раза, а пассажирские возросли на 41 %. Специфичный для Крыма морской транспорт также переживает не лучшие времена. Здесь грузовые перевозки уменьшились в 7 раз, а пассажирские – почти в 12 раз. Еще более катастрофическое положение в авиации, где уже несколько лет полностью прекращены грузовые перевозки и в 25 раз сокращен объем пассажирских перевозок.

Структура грузооборота и пассажирооборота по видам транспорта и темпы их изменения отличаются от предыдущих данных по транспортным отправлениям. Здесь наибольший удельный вес занимает железнодорожный транспорт (85 % в грузообороте и 69 % в пассажирообороте) и снижение грузооборота на нем произошло всего лишь в 2,5 раза при сохранении пассажирооборота все годы стабильным. Отсутствие прироста пассажирооборота при увеличении на 41 % пассажирских отправлений объясняется сокращением расстояний поездок пассажиров за этот период времени, что во многом обусловлено существенным удорожанием проездных билетов.

Связь, обычно рассматриваемая совместно с транспортом, за этот же период развивалась достаточно динамично. Так, значительно увеличилась численность телефонных аппаратов сети общего пользования (на 15,8 % с 1995 по 2000 гг.), а также таксофонов (на 10 %).

Вызывает удивление резкое уменьшение количества магазинов, киосков и предприятий ресторанных хозяйств. Так, в 2000 г. число магазинов составило лишь 57 % от 1990 г., киосков и палаток – 84 %, а предприятий ресторанных хозяйств – 53 %. Вместе с тем количество предприятий малого бизнеса в торговле и общественном питании возросло с 2948 в 1996 г. до 4143 в 2000 г. Большинство этих предприятий изменили форму собственности. Например, на начало 2001 г. 1616

объектов торговли и общественного питания вошли в число реформировавших собственность. Вместе с тем доля этих предприятий в розничном товарообороте по-прежнему остается весьма низкой.

Несмотря на обвальный спад экономики во всех отраслях Крыма, профилирующая и системообразующая сфера хозяйствования – санаторно-курортная, количественно в основном не уменьшилась. Количество санаториев и пансионатов с лечением возросло с 127 в 1990 г. до 146 в 2000 г., а число мест в них, соответственно с 56,3 до 57 тысяч. Количество баз отдыха возросло в этот период с 214 до 251, а число мест в них с 27 до 31 тысяч. Однако при росте количества домов и пансионатов отдыха с 118 в 1990 г. до 125 в 1999 г., число мест в них снизилось с 43 до 34 тысяч.

Связанные с ними как элементы индустрии отдыха музеи, театры и концертные организации количественно также возросли за десятилетие. Однако посещаемость музеев и театров снизилась вдвое, а концертных организаций в 5 раз.

Анализ динамики среднесуточного производства продукции в Крыму за 10 лет показал реальную картину развития экономики региона. Радость вызывает прирост производства за этот период только по двум позициям: природного газа почти на 20 % и нефти (включая газовый конденсат) – в пять раз.

В расчете на душу населения производство отдельных видов продукции в основном повторяет общие тенденции развития производства.

Итоги количественного развития экономики естественно повлияли и на эффективность отраслей деятельности, на финансовые их результаты. Практически все последние пять лет сельское хозяйство было убыточным, тогда как в 1990 г. оно давало прибыли больше чем промышленность, а в целом по Крыму его доля составляла 36,8 %. Еще в 1991 г. в сельском хозяйстве не было убыточных предприятий, в 1995 г. их было уже 21,5 %, в 1996 г. – более половины, а в 1998 г. – более 80 %. С 1999 г. началось снижение количества убыточных сельскохозяйственных предприятий и уже в 2000 г. оно составило 52,4 %.

Положительный вклад в экономику Крыма дают предприятия малого бизнеса. Уже в 1996 г. прибыль от их деятельности была в объеме 13 % в сравнении с прибылью остальных предприятий и организаций, а в 1997 г. – 130,2 %. Однако инфляционные события 1998 г. на них отразились сильнее, чем на крупных предприятиях, ликвидировав в среднем их прибыльность. С 1999 г. опять начался рост эффективности их деятельности. Постепенно увеличивался и их удельный вес в общем объеме производства. По отдельным видам деятельности предприятия малого бизнеса стали монополистами в Крыму (производство мела, мыла хозяйственного, настольных электроламп). По постельному белью их доля занимает уже 76,6 % в 1999 г. от общего его выпуска, по чулочно – носочным изделиям – 67,4 %, по майонезу – 47,3 %, по колбасным изделиям – 36,9 %, парфюмерным – 29,6 %.

Можно привести много объективных причин развала отечественной экономики и Крыма, как составной части Украины. Например, в 1994 г. тогдашний министр экономики Автономной республики Крым Чернявский А.В. считал главной причиной развала нашей экономики отсутствие разработок по экономической теории перехода от социализма к капитализму.

Попытки же применения элементов механизма рыночной экономики, действующего положительно во всех передовых в экономическом отношении странах мира, в нашей стране послужили катализатором развития криминальной макро и микроэкономики. На этой основе только один Премьер министр Украины Павло Лазаренко смог безнаказанно из страны перевести для своих личных нужд в зарубежные банки более 2 млрд. долларов (по данным на ноябрь 2001 г.). Пока официально не известны или не обнародованы суммы хищений его помощников, многих региональных и хозяйственных руководителей, усилиями которых обеспечено сегодняшнее состояние экономики страны. Вряд ли население Украины почувствует облегчение, узнав фамилии очередных «звезд», совместно ускоривших процесс обнищания украинцев. Сегодня срочно нужны меры в реструктуризации экономики, способствующие приостановлению ее разрушения. Эти меры должны учитывать сегодняшнюю ситуацию в Украине во всех ее аспектах и не копировать слепо чейто даже положительный опыт.

Как известно, Украина, а еще раньше – Крым, снабжали многие страны Средиземноморья зерном и рыбой. За последние 10 лет истекшего столетия в Украине валовой сбор зерна снизился более чем в 2 раза. Если в 1990 г. на одного жителя Украины приходилось около 3 кг. зерна в сутки, то через 10 лет – около 1,5 кг. [1, с.93]. Это произошло не из-за некоторого ухудшения состояния лучших в мире черноземов Украины, а из-за неуклюжих попыток реструктурирования сельского хозяйства. Большое количество разнообразных посреднических, как правило, паразитических фирм привели к полному разрыву гармонии взаимоотношений сельскохозяйственного производителя, перерабатывающей, пищевой сферы производства и торговли продовольствием. Самыми доходными в этой цепочке связей оказались звенья, которые ничего не производят, взвинчивая цены на конечный продукт и занижая закупочные цены.

Мировая практика накопила положительный опыт решения подобных проблем. Коррумпированность властных структур пережили многие страны. Их опыт выхода из ситуаций, подобных сложившейся в Украине, показывает, что не везде нужны меры полицейского характера, не везде требуется привлечение служб безопасности. Например, из аналогичной ситуации Новая Зеландия нашла выход, применив меры организационно-экономического характера. В этой стране министерства разделены на специализированные бизнес единицы, имеющие четкие задания на фиксированный срок. Руководители этих структур поставлены в полную зависимость от результатов деятельности по контракту [2]. В этой стране объем ВВП в 1997 г. составил 64 999 млн. долларов (в 1980 – 22 395, в 1989 – 41360) при численности населения 4 млн. человек в сравнении с 44 007 млн. долларов в Украине при численности населения 50 млн. человек [3].

Несмотря на незначительную долю добавленной стоимости в ВВП Украины ее сельского хозяйства (13 % в 1997 г.), эта сфера деятельности требует первоочередного возрождения и подъема как основа питания, основа жизни населения. На ее примере легче всего решить проблему по образцу далекой от нас Новой Зеландии.

Организационное решение требует, прежде всего, создания нового министерства с функциями бизнес единицы с условным наименованием «Питание республики».

ки». В его состав необходимо включить: собственно сельскохозяйственное производство; перерабатывающую, консервную и пищевую промышленность; общественное питание; торговлю пищевыми (продовольственными) товарами. Такое организационно-структурное решение в современной ситуации раз渲ла экономики возможно осуществить как в целом по стране, так и в каждом регионе и прежде всего – в Крыму. Более того, это можно сделать в каждом районе всех областей и Крыма.

Для государства в целом такое решение не потребует финансовых затрат. Оно не повлияет отрицательно и на формирование бюджета. Наоборот, появятся реальные условия для увеличения размеров заработной платы всем работникам этой цепочки звеньев взаимодействия. Увеличиваются налоговые отчисления в бюджет с этой заработной платы. Повысится и прибыль, и налоговые отчисления с нее. Это реальный путь для роста ВВП в целом по стране и бюджета всех регионов и страны.

По такому же сценарию можно реструктурировать и многие другие сферы хозяйствования в стране и регионах, установив для каждого региона свои приоритеты.

Литература

1. Дослідження економіки України. / Квартальні передбачення. – Київ: МЦПД, Жовтень 2000. – 100 с.
2. Государство в меняющемся мире. Отчет о мировом развитии, 1997, АЭИ «Прайм - ТАСС». 1997. – 305 с.
3. Знания на службе развития. Отчет о мировом развитии, 1998 / 1999, Весь мир, Москва. 1999. – 320 с.
4. Экономика и управление. № 5 (30). – Симферополь. 2001. – с. 23 – 24.
5. Економічна статистика. Міжнародний центр перспективних досліджень. Київ. 10.08.01. – 4 с.

Поступило в редакцию 12.09.2001

УДК 338.2:338.48

Пушкарева Е. В.

РОЛЬ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТУРИСТСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Сложившаяся к настоящему времени система организации управления туристским комплексом, отражает происходящий в Украине процесс перехода от сверхцентрализованной административной системы, базировавшейся на доминировании государственных форм собственности, к хозяйственному механизму, сочетающему различные формы собственности.

Ускоренное открытие украинской экономики при ее нынешней деформированной структуре и кризисном состоянии чревато достаточно серьезными отрицательными последствиями:

- существованием отрицательного сальдо в статье “Туризм”;
- наличием одного из самых низких в мире показателей туристической подвижности населения;
- преобладанием среди украинских туристских фирм компаний, осуществляющих лишь перепродажу готового туристского продукта;
- увеличение числа иностранных компаний, занимающихся туризмом на украинском рынке.

Преодолеть эту неблагоприятную ситуацию возможно путем создания новых моделей организации и использования уже существующих эффективных моделей. Внедрение новой выработанной стратегии в действующую организацию является наиболее сложным этапом управления. Анализ практики ряда фирм показал, что существует несколько причин неэффективного управления. Среди этих причин наиболее важными являются неадекватная организационная структура и неадекватная организационная культура.

Культуру организации можно определить как совокупность видов неформальных процедур, превалирующих в ней, или преобладающую в организации философию относительно того, как наилучшим способом достигать поставленных целей и что определило текущее состояние организации.

Корпоративная культура определяется:

- стилем отношений между сотрудниками, в частности, между руководителями и подчиненными, в значительной степени формирующими моральную атмосферу;
- стилем принятия решений;
- стилем управления проблемами;
- стилем отношений с внешними элементами микро- и макросреды;

РОЛЬ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТУРИСТСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА

- отношением к истории организации;
- наиболее распространенным отношением сотрудников к миссии и целям организации;
- реальным и провозглашаемыми руководством ценностями организации;
- этическими стандартами;
- установленными формальными процедурами;
- стилем осуществления изменений в организации.

Повышение эффективности менеджмента связано, наряду с другими важными факторами функционирования организации, с организационной культурой.

Суть прежней корпоративной культуры заключалась в планировании, организации и контроле. Теперь она меняется в сторону советов, помощи и налаживания самоконтроля. В результате вырабатывается новый управленческий стиль, характеризующийся большим участием рабочего коллектива, повышением ответственности работников за порученную работу. Новый стиль приносит больше удовлетворения и служащим, и обслуживающим. Новая корпоративная культура порождает более качественное управление предприятиями индустрии туризма.

Формирование организационной культуры – это попытка конструктивного влияния со стороны менеджмента на социально-психологическую атмосферу, поведение сотрудников, создающая имидж и оказывающая воздействие на достижение целей организации и авторитет фирмы в деловом мире. Современный менеджмент рассматривает организационную культуру как мощный стратегический инструмент, позволяющий ориентировать все подразделения и отдельных лиц на общие цели; мобилизовать инициативу сотрудников; обеспечивать преданность фирме; облегчать общение.

Разработка собственной “философии фирмы” во многих компаниях относится к категории социальной инновации. Каждый топ-менеджер фирмы, если хочет обеспечить ей конкурентоспособность и выживаемость, должен принять активное участие в создании собственной организационной культуры, чтобы все служащие понимали и придерживались ее.

Все организационные уровни туристского предприятия должны быть вовлечены в процесс выявления ожиданий гостей и нахождения способов не только удовлетворять их, но и превосходить.

Высшей целью деловой активности в сфере туризма является, прежде всего, удовлетворение нужд клиента, и только потом – повышение доходов предприятия. «Клиент всегда прав» – основной девиз всех предприятий туристской индустрии.

Единой формулы для построения корпоративной культуры нет. Главное, чтобы она была понятна коллективу предприятия. Поэтому в ней должны быть:

1. Четкое указание целей.
2. Определение ответственности предприятия.
3. Приоритет принципов над доходами.

Особенно трудным для наших соотечественников является смена приоритетов в критериях оценки их труда: главным критерием оценки деятельности работников становится их позитивное отношение прежде всего к клиентам - потребителям продукции или услуг. Современная туристская фирма должна все больше заботиться о

гибкости и адаптивности своей организационной структуры, смелее идти в направлении децентрализации.

Огромное значение в организационной культуре туристских предприятий имеет уровень культуры руководителя. Этот уровень определяется степенью владения руководителем теорией управления, методами организаторской работы, его опытом, навыками и умением осуществлять разнообразные организационные процедуры, составляющие значительный удельный вес в структуре рабочего времени менеджера. К организационным процедурам относятся подбор и расстановка кадров, разработка организационных норм, нормативов и планов личной работы; постановка задач и доведение их до исполнителей, распорядительство, контроль исполнения и др.

Среди основных элементов организационной культуры одним из наиболее ярких является управленческая культура.

Управленческую культуру можно представить как совокупность типичных для менеджера ценностей, норм, точек зрения и идей, которые сознательно формируют образец его поведения. Новые условия хозяйствования, повышение образовательного уровня и зрелости менеджеров дали мощный толчок развитию управленческой культуры. Управленческие структуры не только коренным образом изменили отношение к этой проблеме, но и заняли активную позицию в формировании, изменении и использовании ее как фактора повышения конкурентоспособности своих организаций.

Специфика культуры управленческого труда состоит в том, что в основе ее лежат определенные нормы, которые должны строго соблюдаться менеджером. Наиболее важные из них:

- юридические нормы управленческого труда, которые отражены в государственно-правовых нормативных актах. Культура менеджера в этом отношении состоит в знании и выполнении юридических норм;
- моральные нормы, регулирующие поведение менеджера в области нравственности и морали;
- организационные нормы, устанавливающие структуру организации, состав и порядок деятельности функциональных подразделений и их руководителей, а также правила внутреннего распорядка и другие нормы организационного плана, принятые в организации;
- экономические нормы – регулируют экономическую деятельность организации.

Существуют и другие виды норм (технические, эстетические и т. п.), которые определенным образом формируют управленческую культуру. В конечном итоге образуется совокупность элементов, аттестующих деятельность менеджера в отношении культуры управленческого труда:

- личная культура;
- рациональное распределение рабочего времени
- культура содержания рабочего места;
- культура проведения массовых мероприятий;
- культура приема посетителей;
- культура в работе с письмами;

- культура речи.

Новые условия хозяйствования, повышение образовательного уровня и зрелости менеджеров дали мощный толчок развитию управлеченческой культуры. Управленческие структуры не только коренным образом должны изменить отношение к этой проблеме, но и занять активную позицию в формировании, изменении и использовании ее как фактора повышения конкурентоспособности украинских туристических предприятий, а значит и эффективность туристского менеджмента.

Список литературы

1. Албастова Л. Н. Технологии эффективного менеджмента //Учебно-практическое пособие – Москва: ПРИОР, 1998. – С. 54-81.
2. Кабушкин Н. И. Менеджмент туризма //Учебное пособие. – Минск: БГЭУ, 1999. – С. 424-430.
3. Папирян Г. А. Менеджмент в индустрии гостеприимства. – Москва: Экономика, 2000.
4. Туризм и гостиничное хозяйство: Учебник / Под ред. проф., д. э. н. Чудновского А. Д. – Москва: ЭКМОС, 2000.

Поступило в редакцию 12.09.2001

УДК 338.050

Ротанов Г.Н.

РОЛЬ ИННОВАЦИОННОГО И АДАПТИВНОГО ФАКТОРОВ В ОБЩЕЙ ФУКЦИИ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Международный опыт развития промышленных предприятий на фоне обостряющейся конкуренции показывает, что за последние два десятилетия крупных успехов достигают те предприятия или фирмы, которые за счет неординарных действий, нарушений налаженной испытанной и оправдывающей себя действующей системы производства и сбыта продукции или организации руководства предприятием сумели добиться качественно новых результатов в работе, обеспечившим им рыночный успех.

Начавшиеся в середине семидесятых годов быстрые изменения в технологиях, в международной экономике, финансах и кредите создали новую почву для нововведений (инноваций). Именно с этого времени (с 70-х годов) управленческая наука стала уделять пристальное внимание развитию инновационных процессов на различных стадиях функционирования предприятий. Однако, каких-либо научных теорий в этой отрасли управления нет. Существующие работы носят скорее эмпирический характер.

Да и само понятие инноваций имеет большое количество трактовок. Так, Организация экономического развития и сотрудничества определяет понятие инновации следующим образом: «Нововведения - это новое приложение научных и технических знаний, приводящее к рыночному успеху». Канадское статистическое управление рассматривает инновацию как «трансформацию идей в новый или улучшенный продукт или рабочий процесс, пользующийся спросом на рынке». Американские специалисты придерживаются сходной точки зрения по вопросу определения нововведений: «Нововведения - это вся сметная система, с помощью которой идея или изобретение в первый раз превращаются в коммерческую реальность, это - успешное внедрение продукта или услуг на рынок или в экономику... Нововведение - это совокупность технических, производственных, коммерческих мероприятий, приводящих к появлению на рынке новых и улучшенных продуктов и к коммерческому использованию и улучшенных производственных процессов и оборудования. Ф.Хаберланд - немецкий специалист - считает, что «нововведение охватывает научно-технические, технологические, экономические и организационные изменения, происходящие в процессе воспроизводства. Его основными характеристиками являются качественная новизна изделия, способов производства и технологий по сравнению с предшествующими, темп реализации, динамики цикла нововведения, экономическая эффективность, социальные последствия».

Все эти определения носят теоретический характер, что же касается предприятий, то на наш взгляд, инновации здесь представляют собой качественно новые изделия или технологии, впервые вводимые на рынок либо внедряемые на предпри-

РОЛЬ ИННОВАЦИОННОГО И АДАПТИВНОГО ФАКТОРОВ В ОБЩЕЙ ФУКЦИИ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

ятии (как в производственной так и в административной сферах). Такое толкование инновации позволяет предприятию самому определять для себя, какие именно изменения в изделиях либо технологических процессах оно считает инновациями.

Подобная оценка инноваций с позиции производства, как правило, учитывает положение дел в отрасли. Под инновацией при этом понимают изделия или технологии, впервые вводимые в однородной группе конкурентов.

С этой точки зрения инноватором является участник однородного рынка, опередивший на целый шаг своих конкурентов вследствие внедрения новшества.

Нужно подчеркнуть важность такого широкого толкования понятия инновация, так как оно является отправным моментом построения определенной инновационной стратегии предприятия.

В зависимости от предметного содержания инноваций можно выделить следующие их виды:

- продуктые, ориентированные на производство и использование новых (улучшенных) продуктов в сфере производства (средств производства) или в сфере потребления (предметы потребления);
- технологические, представляющие собой новые способы (технологии) производства старых и новых продуктов;
- управленческие, заключающиеся в новых методах работы аппарата управления.

По уровню воздействия на окружающую среду инновации могут быть радикальные, открывающие принципиально новые практические средства и возможности удовлетворения потребностей и инновации, моделирующие, обеспечивающие совершенствование существующих практических средств удовлетворения потребностей.

Каждый новый продукт (товар) можно рассматривать либо с точки зрения наличия в нем технических решений, их значимости, либо - наличия рыночной новизны. Под рыночной новизной продукта мы понимаем его способность либо удовлетворить совершенно новую потребность покупателей, либо вывести на новую ступень удовлетворение известной потребности, либо существенно расширить круг потребителей, способных приобрести товар, удовлетворяющий уже на достигнутом уровне известную потребность. Как показывает широкий опыт последних лет, продукт, имеющий рыночную новизну, обеспечивает прибыль в среднем на 28% выше, чем традиционный. Этот показатель объективно показывает важность такого компонента работы предприятия, как его инновационная деятельность.

Чем крупнее и значительнее инновация, тем относительно меньшее значение имеют рыночные факторы в ее появлении. Для зарождения и разработки наиболее радикальных нововведений гораздо важнее оказываются научно-технические стимулы. Более того, радикальные нововведения сами создают новые рынки сбыта и спрос. Характерный пример - появление и распространение новых поколений компьютерной техники, в судостроении - появление новых судов с динамическим принципом поддержания (экранопланов, СВП - суда на воздушной подушке, СПК - суда на подводных крыльях). Однако, чем радикальнее новшество, тем выше риск коммерческого провала. Вообще, инновационная деятельность любого предприятия связана с повышенным риском. Главной причиной этого является отсутствие обратной информации в процессе разработки новшества и его внедрению. Лишь завершив весь цикл работ можно получить информацию о том, воспринял рынок данное новшество или нет.

В последнее время (десятилетия) наметилась тенденция перемещения центра тяжести с технической новизны на новизну рыночную. В связи с этим, за рубежом внутрифирменные научные исследования и опытно конструкторские разработки все больше ориентируются на потребность рынка. Процесс создания нового продукта или новых технологий начинается с изучения рынка, выявления его возможностей, прогнозирования будущих потребностей. Затем определяются характеристики инноваций, удовлетворяющих потребностям сегодняшнего и, самое главное, завтрашнего дня. Только при этом условии, а также при успешном решении технических задач и задач продвижения на рынок сбыта фирма имеет основание надеяться на коммерческий успех инновации.

Суммируя все вышеизложенное можно сделать следующие выводы:

- Любая инновация имеет четкую ориентацию на конечный результат прикладного характера, т.е. удовлетворение определенной потребности. Поэтому особое значение придается ориентации начальных фаз жизненного цикла инновации на быстрое и широкое внедрение в практику.
- Инновационный процесс должен и может являться объектом планирования и управления.
- Реализация инноваций связана с интенсификацией процессов исследований и разработок, обновлением производства и распространением новшества.
- Каждая инновация должна в конечном счете обеспечивать определенный технический, экономический и социальный эффект.
- Управление инновационной деятельностью является одним из главных факторов в общей системе управления предприятием, претендующим на успех в конкурентной борьбе.

Широкомасштабные геополитические и социальные перемены, происходящие в наше время, кардинально меняют поле деятельности промышленных предприятий, условия работы которых становятся все более сложными и динамичными. Во много раз увеличивается количество как внешних так и внутренних факторов, влияющих на конечный результат деятельности. Как следствие во много раз сложнее становится прогнозирование деятельности предприятия. В таких условиях одним из главных свойств, которое должно обеспечивать своевременное приспособление быстро изменяющимся условиям функционирования, одной из главных характеристик всей системы управления, гарантирующей жизнеспособность предприятия является его адаптивность.

В условиях современных качественных преобразований внешних и внутренних условий деятельности предприятия, коренным образом меняются и требования к функции управления. Современные исследования показывают, что одним из главных факторов способствующих успешному развитию предприятия является серьезное отношение к вопросам управления адаптивностью (мобильностью) предприятия как к способу обеспечения динамического равновесия в открытой системе “предприятие - внешняя среда”. Факторы адаптации постоянно присутствуют в деятельности любого экономического объекта - от отдельного завода или отрасли до национальной экономики в целом.

В нашем государстве это особенно характерно проявляется сейчас нехватка продукции и ресурсов, нарушение хозяйственных связей приводит к необходимости поиска новых партнеров и новых источников ресурсов, внедрению новых техноло-

РОЛЬ ИННОВАЦИОННОГО И АДАПТИВНОГО ФАКТОРОВ В ОБЩЕЙ ФУНКЦИИ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

гий; инфляционные колебания; кризис неплатежей и вызванные этим изменения в структуре спроса порождают необходимость в коррекции структуры производства, переходу к выпуску новых видов продукции масштабные процессы разоружения выдвигают проблему конверсии. Однако, влияние фактора неопределенности и соответственно необходимость адаптации присущи не присутствуют и в условиях экономической стабильности, где главным источником быстрой смены внешних условий для предприятия является конкуренция, которая в последнее время приобретает явно выраженный международный характер.

Таким образом обеспечение адаптивности предприятия к изменениям внешней среды является одним из основных факторов, влияющих на общую функцию управления и не зависит от форм собственности, методов хозяйствования (управления) отраслевой промышленности, типа производства и других специфических особенностей функционирования системы.

Выделяя адаптивность, как один из важнейших факторов, влияющих на развитие всей системы управления в целом, необходимо отметить, что он сам по себе является сложной функцией со многими производными, анализу которых долгое время не уделялось должного внимания, да и сам анализ может быть произведен с разных точек зрения.

Например, адаптивность можно понимать двояко - как прямую реакцию системы, управляющего органа и любые изменения внешней среды и как выбор таких решений по планированию или управлению экономическим объектом, которые были адаптированы к прогнозируемым будущим условиям, изначально были рассчитаны на возможность приспособления. Таким образом, с одной стороны встает проблема разработки методов планирования и принятия решений в условиях неопределенности которые учитывали бы способность системы к адаптации, с другой стороны - проблемы анализа управленческих решений с точки зрения их согласованности с условиями внешней среды, определение путей и способов адаптации, изучение специфических адаптивных особенностей системы.

На наш взгляд, перспективным направлением здесь является, то, в котором в основу механизма саморегулирования положена стратегическая оценка параметров внешней среды с последующим сравнением ее результатов с потенциальными возможностями предприятия и разработка на этой основе дальнейшей стратегии его развития.

Анализ адаптивности предприятия может проводиться с точки зрения оценки адаптивных возможностей его основных подсистем или направлений деятельности. Так с точки зрения качественного уровня проблем, которые решает производственная система выделяются адаптация стратегических, тактических и оперативных планов предприятия, в соответствие с изменениями во внешней или внутренней среде производства.

С точки зрения направлений деятельности промышленного предприятия выделяются производственная мобильность, научно-техническая, социальная адаптивность природоохранной деятельности и др.

Изучение адаптивности как фактора управления производством и дифференциация ее видов по различным классификационным признакам, говорят о том, что с точки зрения экономической категории адаптивный фактор является многоуровневым и полиструктурным понятием.

С практической точки зрения мировой опыт с очевидностью показывает, что достижение количественных целей предприятия связанные с ростом доходов, зависят прежде всего от решения задач качественного совершенствования продукции, технологии, условий труда, мотивации персонала.

Стратегические установки менеджмента во все большей степени ориентируются на принципы современной "динамической конкуренции", требующие от предприятий быстрой реакции на изменение спроса, постоянной направленности на разработку спектра новых и технологически альтернативных изделий в условиях неопределенного и быстро меняющейся конъюнктуры, а так же умения быстро и эффективно организовать производство этих товаров в коммерческих масштабах.

С большей долей уверенности можно предположить, что в будущем, в связи со все более убыстряющимся темпом изменений наиболее преуспевающие предприятия будут представлять собой нечто, называющееся "обучающимися организациями", т.е. будут полностью адаптирующимися системами с работниками, способными самостоятельно определять проблемы, намечать возможность их решения и реализовать эти решения в рамках своей компетенции.

Управление адаптивностью является одной из составных частей общей системы стратегического управления развитием предприятием. Процесс управления адаптивностью должен носить циклический характер с периодичностью, зависящей от темпов и масштабов наезревания противоречий между требованиями внешней среды и возможностями их удовлетворения на базе потенциала промышленного предприятия. Это сложная системотехническая задача, имеющая динамичный комбинаторный характер. Дифференцированный характер фактора адаптивности говорит о том, что управление отдельными его составляющими лежит на соответствующих функциональных структурах предприятия. В функции высшего эшелона управления предприятием должно входить создание общей идеологии процесса управления, организационное, административное, материально техническое обеспечение.

Литература.

1. Дэниэлс Д.Д., Радеба Ли Х. Международный бизнес. – М.: ЛТД "Дело", 1994.
2. Енгібаров А. В., Шибаев С. В. Выйдим на мировой рынок: Вопросы и ответы. – М.: Политиздат, 1990.
3. Инновационный менеджмент: Справочное пособие /Под ред. Н.Н. Завлина, А.К. Казанцева, Л.Э. Миндели. – СПб.: Наука, 1998
4. Лук'яненко Д. Г. Міжнародна економіка. – К.: ВІПОЛ, 1996.
5. Панченко Є. Г. Міжнародний менеджмент. – К.: КНЕУ, 1996.
6. Портер М. Стратегия конкуренции: Пер. з англ. А. Олійник, Р. Скільський. – К.: Основи, 1998
7. Савельев С. В., Дьяченко В. П., Куриляк В. Е., Фарина Л. В. Маркетинг і стратегія конкуренції: Навч. Посібник. – К.: НМК ВО, 1993.
8. Скударь Г. Стратегия подъема конкурентоспособности предприятия: проблемы и слагаемые успеха. // Экономика Украины, 2000. - № 6.
9. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент: Учебник. – М.: БИ, 2000
10. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика: Учебн. пособие, 2-е изд. – М.: Гном-Пресс, 1998

Поступило в редакцию 12.09.2001

УДК 338.33 : 303.68

Скоробогатова Т.Н., Вязовик С.М.

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОЦЕССА СОЗДАНИЯ ТОВАРА

Современное производство отличается постоянной динамикой номенклатуры и объема выпускаемой продукции. В условиях систематически меняющихся требований потребителя предприятие может ориентироваться лишь на основе данных о рыночной ситуации, определяющей соотношение спроса и предложения.

В существующей экономической обстановке четкое и полное информационное обеспечение становится обязательным условием на всем пути выпуска товара – от разработки самой идеи о производстве данного продукта до процесса его реализации. Причем каждый этап научно-производственного цикла изделия отличается спецификой используемой информации.

Согласно управлеченческому подходу существует вполне определенное количество информации, необходимой для принятия качественного решения. Превышение этого уровня ведет к росту расходов на ее получение, а экономический эффект от избыточной информации начинает стремительно падать.

Для принятия правильных управлеченческих решений на всех стадиях разработки товара прогрессивные предприниматели составляют бизнес-планы, в которых учитывают жизненный цикл продукта. Например, в техническом плане - возможность внедрения или модификацию определенного продукта; в производственном плане - время запуска в производство, а также необходимые мощности; в финансовом плане - источники финансирования проекта. Составлению бизнес-плана обычно предшествует процесс сбора и обработки информации. На данном этапе определяются основные цели и задачи, оценивается спрос на новую продукцию предприятия, выявляются характеристики, присущие только этому продукту, а также отличия от продукции конкурентов. Одновременно калькулируются будущие производственные затраты по статьям. Далее целесообразно изучение информации о ценах конкурентов на аналогичный товар, которую можно почерпнуть из документации производителей аналогичной продукции. Намного трудней собрать информацию о реальных ценах поставок, так как эта информация является конфиденциальной [3, с. 227].

Все вышеизложенное подчеркивает роль информационного обеспечения на всем пути создания товара – от идеи о выпуске нового продукта до его эксплуатации. Рассмотрим сущность информационного обеспечения на каждом этапе разработки товара (таблица 1).

Таблица 1.

Специфика информационного обеспечения на разных стадиях разработки товара.

| № п/п | Этап создания товара | Вид информации | Сущность информации |
|-------|--|-------------------------------|---|
| 1 | Идея о выпуске нового продукта | Внешняя Нормативно-справочная | Результаты маркетинговых исследований Научно-техническая |
| 2 | Постановка проблемы выпуска нового продукта | Патентно-лицензионная | Нормативно-справочная |
| 3 | Решение о выпуске нового продукта | Внутренняя | Анализ состояния ресурсов предприятия |
| 4 | Разработка образца нового продукта | Внешняя входная | Оценка спроса потребителей |
| 5 | Выпуск и реализация пробной партии продукта | Внешняя входная | Сведения о секторах потребителей |
| 6 | Доработка изделия согласно рекомендациям пользователей | Внешняя входная | Анализ мнений потребителей о новом товаре |
| 7 | Запуск продукта в производство | Нормативно-справочная | Конструкторско-техническая и технологическая документация |
| 8 | Сбыт продукта | Внешняя входная | Обзор современных форм продвижения товара на рынок |
| 9 | Использование товара потребителем | Внешняя выходная | Инструктивные данные |

1. Идея о выпуске нового продукта.

При разработке идеи о выпуске нового товара фирме необходимо в большей степени ориентироваться на удовлетворение запросов потребителей, как стимул для постоянного обновления своей продукции в соответствии с новыми потребностями. Например, в конце 19-го века произошел триумф немецких фирм над лидерами англичанами. Немецкие производители подгоняли конструкцию и внешний вид изделий под вкусы различных групп потребителей и были готовы учесть их любой каприз, связанный с модификацией предложенного товара. В качестве примера также можно привести быстрое развитие экономики Японии, которая в 20-ом веке фактически повторила немецкую модель промышленного развития. Японцы предпочли выпуск низкокачественных и дешевых товаров, товары высшего качества, ориентированные на потребителя [1, с. 29].

На данном этапе, являющемся исходной точкой всего процесса, сводится воедино потребительская потребность (спрос) и техническая возможность, образуя единую концепцию новшества. Если первая составляющая базируется на коммерческой информации, то вторая – на анализе последних достижений науки и техники, отражаемых в научно-технической информации. Затраты на данном этапе могут быть весьма значительны. Они складываются из расходов на изучение, как потребительского спроса, так и научно-технических достижений. Стоимость изучения потребителей определяется:

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОЦЕССА СОЗДАНИЯ ТОВАРА

- 1) величиной выборки потребителей, являющихся объектом изучения;
- 2) способом фиксации получаемой информации (учет фактов или опрос потребителей).

Целесообразным представляется выявление нескольких, достаточно репрезентативных выборок, отражающих различные категории потребителей. Получение информации возможно на основе документального или непосредственного учета фактов, с помощью устного или анкетного опроса. Причем доля информации, получаемой тем или иным методом, определяется конкретной ситуацией.

Иногда анкетирование и интервьюирование потребителей помогает лишь понять, какие из имеющихся товаров представляют для них наибольший интерес. Представление о тенденциях спроса дает изучение образа жизни потребителей.

С помощью “подталкивания спроса” рождается примерно три четверти новых идей, таким образом “на технологическое подталкивание” остается лишь одна четверть. Однако абсолютизировать роль спроса нельзя, так как уровень развития науки и техники определяет, как скоро и какой ценой будет реализовано то или иное новшество.

Проблему изучения потребительского спроса при условиях правильной организации работы и наличии квалифицированных кадров решить вполне реально. Гораздо больше сложностей возникает при поиске достоверной и свежей информации о научно-технических достижениях. В условиях рыночной экономики публикация таких данных резко уменьшается. Это приводит к необходимости заключения между предприятиями договора об информационном обеспечении, получении информации на коммерческой основе.

2. Постановка проблемы выпуска нового продукта требует предварительного изучения патентно-лицензионной информации, касающейся рассматриваемого вида продукции. Первоочередной задачей здесь является определение патентной чистоты данного вида продукции для предотвращения возможности копирования и путаницы с продукцией конкурентов. В противном случае реализаторы проекта несут дополнительные затраты на получение лицензии на производство комплектующих или в целом выбранного продукта. В общем расходы на данном этапе обусловлены наличием и возможностями патентной службы предприятия, в обязанности которой входит проверка выданных патентов, а также подготовка документации для получения собственного патента. Ценную информацию можно получить у так называемых технологических инкубаторов, которые собирают и обрабатывают информацию относительно новых разработок.

3. Чтобы решение о выпуске нового продукта было оптимальным, следует определить, соответствуют ли производственные возможности предприятия условиям выпуска или какой объем выпускаемой продукции может быть реально реализован. Для этого анализируется техническая, материальная, финансовая, кадровое обеспечение предприятия, а также состояние и тенденции изменения потребительского спроса, степень его удовлетворения.

При этом возможны варианты:

- 1) $A_n = A_p$, то есть объем производства равен объему реализации. Данный вариант является оптимальным и встречается весьма редко;

2) $An < Ar$. Данный вариант предполагает привлечение дополнительных ресурсов для производства данного вида продукции;

3) $An > Ar$. При данном варианте следует рассмотреть вопрос о расширении рынков сбыта или переводе части ресурсов в производство другой продукции.

4. Разработка образца нового продукта предполагает учет требований потребителей к аналогичным товарам. Экономическая, эксплуатационная и техническая характеристики нового образца должны отвечать современному этапу развития научно-технического прогресса. При разработке нового товара производитель должен четко представлять, для какой категории потребителя предназначен товар (пол, возраст, национальные и социальные особенности), в каких географических условиях проживает большая часть потенциальных потребителей, какими факторами вызвана потребность в товаре.

Так же необходимо помнить, что многие товары должны быть обязательно упакованы. Для некоторых товаров упаковка играет несущественную роль (например, для некоторых недорогих скобяных товаров), а для других - это необходимость (к примеру, картонная упаковка для чипсов «Принглс»).

Различают внешнюю, внутреннюю и транспортную упаковку [4, с. 273-274]. Функцией внешней упаковки является улучшение эстетического вида и защита внутренней упаковки (например: эстетическая – при дарении подарка; защитная – для стеклянной баночки с кремом, где внешней упаковкой служит картонная коробочка). Внутренняя упаковка - это непосредственное вместилище товара (например, для жевательной резинки «Orbit» или «Stimorol» и др.). Транспортная упаковка подразумевает хранение и транспортировку товара (например, любой товар, содержащийся в бутылках, хранится или транспортируется в специальных картонных, деревянных или пластмассовых ящиках).

Любая уважающая себя фирма для поддержки своего имиджа разрабатывает удобную красочную упаковку (например, все товары фирмы «Procter and Gamble» имеют удобную фирменную упаковку).

5. Чтобы определить, насколько конкурентоспособным окажется новый товар, целесообразно выпустить и реализовать пробную партию продукта. Здесь важно помнить, что издержки на маркетинговые исследования при малом объеме продукции также велики, как и при большом. Поэтому важной задачей явится сокращение издержек, носящих преимущественно информационный характер, а именно:

- убедить потребителей в значительных преимуществах нового товара;
- побудить потребителей сравнить испытываемый продукт с аналогами;
- добиться признания продукта;
- предусмотреть расширение сетей сбыта, которые привлекут новые группы потребителей.

6. После первичной оценки потребителями нового продукта происходит доработка изделия согласно рекомендациям пользователей. После пробной продажи, которую целесообразно проводить в разных сегментах рынка, производится анализ реализации [6, с. 14]. По результатам анализа составляется таблица (таблица 2).

7. Для запуска продукта в производство должна быть подготовлена конструктивско-техническая и технологическая документация.

8. Чтобы наилучшим образом организовать сбыт продукта, следует использовать данные о современных сбытовых формах, средствах стимулирования реализации. Часто физическое или юридическое лицо, которое могло бы стать потребителем, не знает о существовании того или иного товара. Немаловажную роль здесь может сыграть документальное представление рекламной информации в виде каталогов, проспектов и т. д. Кроме того, целесообразно использование уличной, радио- и телевизионной рекламы. Современная реклама значительно совершенствуется под влиянием компьютеризации, позволяющей: быстро и качественно осуществить операции по выделению целевых групп, в результате чего достигается практически полный охват потенциальных потребителей рекламными обращениями, в кратчайший срок вносить корректизы в изготовленные с помощью ЭВМ письма, буклеты, а также формы и отчеты, повысить эффективность почтовой рекламы на основе оперативного анализа и систематизации списков адресатов в соответствии с заданными признаками.

9. После реализации продукта начинается его использование потребителем. Оперативный сбор и тщательный анализ информации о потребительском спросе позволит вовремя модифицировать продукт или, если потребность в товаре имеет явную тенденцию к снижению, уменьшить или прекратить его выпуск.

Таблица 2

| Вид про- дук- ции | Реализация по торговым районам | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------------------|--|--------|--------|--------|--------|------------------------------|--------|--------|--------|--------|-----------------------|--------|--------|--------|--------|-----------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|----|----|
| | Многонаселенные центры | | | | | | | | | | Малонаселенные центры | | | | | | | | | | | | | | |
| | От 500-1000 тыс. чел. | | | | | от 1000 тыс. чел. и более | | | | | от 1000 – 50000 чел. | | | | | от 50000 – 500 тыс. чел. | | | | | | | | | |
| | Возрастной показатель населения (измеряется в годах) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 12 | 18 | 25 | 35 | 1 | 12 | 18 | 25 | 35 | 1 | 12 | 18 | 25 | 35 | 1 | 12 | 18 | 25 | 35 | 12 | 18 | 25 | 35 | 65 | |
| | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | | |
| | 12 | 18 | 25 | 35 | 65 | 12 | 18 | 25 | 35 | 65 | 12 | 18 | 25 | 35 | 65 | 12 | 18 | 25 | 35 | 65 | 12 | 18 | 25 | 35 | 65 |
| | Половой признак | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | m ж | m ж | m ж | m ж | m ж | m ж | m ж | m ж | m ж | m ж | m ж | m ж | m ж | m ж | m ж | m ж | m ж | m ж | m ж | m ж | m ж | m ж | m ж | | |
| A | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| B | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Ж | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Отметим, что важность того или иного этапа разработки товара уменьшается от первого к последнему. К слову, гривна, сэкономленная на этапе принятия решения о

разработке товара, на последующих этапах приносит убытки в пропорции 1:10:100 и т.д. [5, с. 179]. Последнее обуславливает следующую формулу:

$$y = x_1^n + x_2^{n-1} + x_3^{n-2} + \dots + x_i^{n-i+1} + \dots + x_n$$

n – число этапов разработки товара, начиная с этапа принятия решения;

x_i – экономия денежных средств на i -том этапе разработки товара;

y – убыток, понесенный предприятием за счет экономии при разработке товара.

Список литературы

1. Грейсон Дж. К., О'Делл К. Американский менеджмент на пороге XXI века: Пер. с англ. – М.: Экономика, 1991. – 319 с.
2. Информационные и экспертные системы в предпринимательской деятельности/ М.И. Крулькович, И.Ф. Черноволенко, Н.В. Василькова и др.; ДГУ, НАН Украины, Институт экономико-правовых исследований. – Донецк: НЭПИ НАН Украины, 1999. – 143 с.
3. Колтынюк Б.А. Инвестиционные проекты: Учебник. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2000. – 422 с.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ./ Общ. ред. и вступ. ст. Е.М. Пеньковой. – М.: Прогресс, 1990.
5. Райзберг Б.А., Фатхутдинов Р.А. Управление экономикой. – М.: ЗАО Бизнес – школа «Интел-Синтез», 1999.
6. Скоробогатова Т.Н. Теория экономического анализа. – С.: Изд-во «Пирамида-Крым», 2001. – 97 с.

Поступило в редакцию 12.09.2001

Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского
Серия «Экономика». Том 14 (53). 2001 г. №2. С. 85-89

УДК 334.012

Сухотерина Т.З.

РЕГИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА КАК ИНСТРУМЕНТ ГОСУДАРСТВЕННОЙ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ

Государственная политика развития малого предпринимательства является частью общей социальной и экономической политики Украины и определяет основные принципы, направления и формы экономического и административно-правового влияния, которые предусматриваются Правительством в сфере малого предпринимательства с учетом государственных интересов и приоритетов.

Осуществляется она путем реализации соответствующих стратегий, концепций, программ в различных сферах предпринимательской деятельности в соответствии с действующим законодательством.

Разработку и реализацию государственной политики развития малого предпринимательства обеспечивают органы государственной исполнительной власти в соответствии с компетенцией и полномочиями при взаимодействии с предпринимательскими структурами, объединениями предпринимателей, общественными организациями, союзами, банками и межбанковскими финансово-кредитными учреждениями.

Одним из наиболее важных инструментов государственной политики в сфере малого бизнеса является разработка и внедрение национальных и региональных Программ развития малого предпринимательства.

Региональная программа развития малого предпринимательства в Автономной Республике Крым на 2001 – 2002 годы утверждена постановлением Верховной Рады Автономной Республики Крым от 16 мая 2001 года №1804-2/01 (далее – Программа).

Программа представляет собой согласованный с ресурсами, исполнителями и сроками исполнения комплекс мероприятий, направленных на создание правовых, финансовых, социально-экономических, организационно-хозяйственных и других условий развития малого предпринимательства в Крыму.

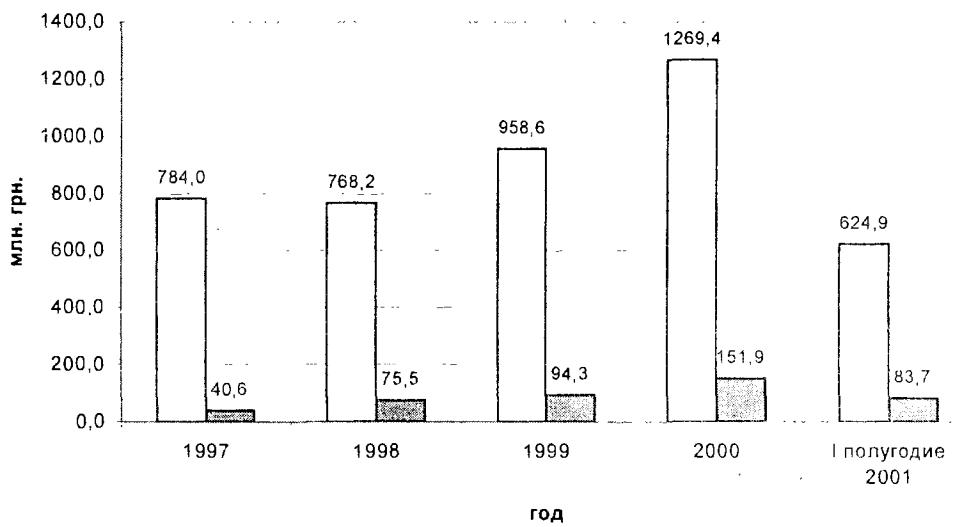
Мероприятиями Программы предусмотрено использование всех возможных нефискальных методов поддержки малого предпринимательства, в том числе совершенствование нормативно-правовой базы, участие субъектов предпринимательской деятельности в исполнении государственных и региональных заказов, предоставления информации о потенциальных торговых партнерах, создание объектов инфраструктуры.

Приоритетными направлениями реализации Программы определены:

1. Упорядочение нормативного регулирования предпринимательской деятельности.
2. Финансово-кредитная и инвестиционная поддержка.
3. Ресурсное обеспечение и дальнейшее формирование инфраструктуры.
4. Научно-техническое и информационное обеспечение.
5. Развитие молодежного предпринимательства.
6. Развитие предпринимательства в агропромышленном комплексе.
7. Содействие развитию малого бизнеса среди репатриантов.
8. Разработка программы развития малого предпринимательства.

Анализ реализации мероприятий Программы с начала текущего года свидетельствует о наличие некоторых положительных тенденций в сфере малого предпринимательства.

В первую очередь это увеличение доли малого бизнеса в формировании доходной части бюджета. По состоянию на 1.07.2001г. она составила 13,4% (1997г. – 5,2%, 1998г. – 9,8%, 1999г. – 9,8%, 2000г. – 12%).



□ Поступление налогов и сборов в целом по АРК ■ Поступление налогов и сборов от малого предпринимательства

Упорядочение нормативного регулирования предпринимательской деятельности в рамках программы "Регуляторная реформа в Украине" проведены рабочие встречи, фокус-группы с руководящими работниками районных государственных администраций и исполкомов городских советов по рассмотрению пакетных решений по вопросам регулирования земельных, арендных отношений, проблемам развития туризма в Автономной Республике Крым.

Проведен ряд "круглых столов"

- Использование пакетных решений Программы "Регуляторная реформа в Украине" на территории Большой Ялты, в г. Алупке;

РЕГИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА КАК ИНСТРУМЕНТ ГОСУДАРСТВЕННОЙ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТКИ

- Использование опыта Программы "Регуляторная реформа в Украине" на территории Черноморского района;
- Подготовка материалов по принятию пакетных решений на сессии городского совета г.г. Ялты и Алушты.

Проводимая в органах власти работа по deregulации предпринимательской деятельности привела к значительному сокращению нормативно-правовых документов, принимаемых на местном уровне и ущемляющих права предпринимателей: во втором квартале 2001 года рекомендации о недопущении нарушений антимонопольного законодательства направлены в адрес Сакского исполкома городского совета по факту принятия решения, обуславливающего монополизацию рынка пассажирских перевозок.

В рамках финансово-кредитной и инвестиционной поддержки банковскими учреждениями Крыма, участвующими в международных программах поддержки малого и среднего бизнеса, с начала 2001 года юридическим и физическим лицам предоставлено 146 кредитов на сумму 2,2 млн. грн. и 332,1 тыс.дол.США.

По состоянию на 01.07.2001 г. в Крыму функционируют 23 кредитных союза, оказывающих финансовую помощь предпринимателям-членам кредитных союзов.

Крымским республиканским центром занятости с начала года 2001 года одноразовое пособие для организации собственного дела выплачено 223 безработным на сумму 272,0 тыс. грн. Из общего числа получивших пособие: 99 женщин, 26- молодежь до 28 лет, 31 человек из числа ранее депортированных граждан.

В настоящее время в центре занятости проводится эксперимент по выдаче безработным финансовой помощи для занятия предпринимательской деятельностью на возвратной основе за счет возвращенных средств ранее выданных ссуд.

Наряду с этим, начата работа по заключению договоров с работодателями на создание новых рабочих мест.

Ресурсное обеспечение и дальнейшее формирование инфраструктуры. Местными органами власти продолжается организационная работа и принимаются меры по упрощению процедуры отведения земельных участков, получению разрешения на строительство, реконструкцию, введению в эксплуатацию и размещению объектов торговли и общественного питания.

Субъектам малого предпринимательства предоставлено в аренду более 40тыс. кв.м. площади свободных нежилых помещений.

В 1 полугодии 2001 года в Автономной Республике Крым открыто 9 рынков и 3 микрорынка. Дополнительно созданы 772 рабочих места.

Исполкомами городских советов, райгосадминистрациями осуществлен комплекс мероприятий по обеспечению сезонного размещения объектов торговли и общественного питания: разработаны схемы размещения временных объектов торговли и общественного питания, произведено обустройство летних площадок и торговых точек, созданы конкурсные комиссии по организации выносной торговли и оказанию услуг населению в курортный сезон 2001 года.

В республике расширяется сеть малых торговых специализированных и фирменных предприятий по реализации продукции отечественных товаропроизводителей. В 1 полугодии т.г. в городах и районах Крыма создано 16 таких предприятий.

Небходимым компонентом рыночных отношений является развитая инфраструктура.

Кроме двух бизнес-инкубаторов (Симферополь, Ялта) и 6 бизнес-центров функционирующих в республике, в 1-ом полугодии текущего года инфраструктура пополнилась следующими организациями:

- Бизнес-инкубатор в г. Судаке
- Инновационный бизнес-инкубатор (г. Симферополь)
- Крымский международный бизнес-центр (г. Саки)
- Республиканский центр социально экономического развития (г. Симферополь)
- Центр поддержки предпринимательства и инноваций (г. Симферополь)
- Консультативно-учебный центр в Красногвардейском районе
- Представительство Крымской торгово-промышленной палаты в г. Джанкое
- На базе Джанкойского технического центра "Элипс" создан центр по оказанию методической помощи предпринимателям
- Сервисные центры поддержки предпринимательства в г. Белогорске, пгт. Черноморское
- Крымская аграрная биржа (г. Симферополь)
- 2 отраслевые палаты владельцев недвижимости
- Центр поддержки обучения управлению предпринимательством (на базе Крымского регионального отделения УСПП)

По состоянию на 1 июля 2001 года созданы и функционируют агроторговые дома в Белогорском, Кировском, Первомайском, Раздольненском, Сакском и Советском районах.

Научно-техническое и информационное обеспечение. Содействия ускоренной реализации новейших технических и коммерческих идей, выпуску научно-технической продукции, малое предпринимательство выступает проводником научно-технического прогресса (например, в Великобритании большинство мелких фирм, появившихся в конце 80-х годов, оснащено по последнему слову техники).

С целью оказания помощи ученым, специалистам и организациям в разработке и реализации инновационных проектов, создании малых инновационных структур продолжил работу, созданный в декабре 2000 года, Крымский региональный инновационный центр технологического развития. На его базе создан инновационный бизнес-инкубатор. В настоящее время осуществляется его техническое оснащение.

Проведенная работа по созданию Центра, позволяет рассматривать следующие этапы организации инновационных структур – создание в г. Феодосии многопрофильного регионального инновационного центра, научно-технологических парков (технопарки) в г. Керчи и на базе Крымской академии природоохранного и курортного строительства в г. Симферополе.

Реализация расширенной программы создания в регионе инновационных структур позволит научным организациям сформировать сеть малых внедренческих и производственных предприятий, которые станут инициаторами освоения новой конкурентоспособной продукции и услуг.

РЕГИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА КАК ИНСТРУМЕНТ ГОСУДАРСТВЕННОЙ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ

Развитие молодежного и женского предпринимательства. В первом полугодии 2001 года продолжалась реализация мероприятий по развитию молодежного и женского предпринимательства. Проведены тренинги-семинары, конкурсы бизнес-планов предпринимательской деятельности среди молодежи, неработающих женщин.

Рескомитетом по делам семьи и молодежи Автономной Республики Крым совместно с Крымским республиканским центром занятости проведен тренинг-семинар для безработной молодежи "Как найти работу".

На базе Молодежного информационного интернет центра с начала года прошли обучение 40 чел. по курсу "Интернет-Эксплорер". Полученные знания позволяют молодежи из малообеспеченных семей, студенческой и безработной молодежи осуществить поиск работы, изучить основы бизнес-деятельности с помощью мировой компьютерной системы "Интернет".

Региональным советом деловых женщин при Торгово-промышленной палате разработана новая экономическая программа для женщин-предпринимателей "Новая Я". В рамках программы проведены семинары, учебные курсы по повышению бизнес-образования женщин, обучению женщин-предпринимателей компьютерным технологиям и др.

В рамках проекта "Новые возможности-деловым женщинам Крыма" создана бесплатная правовая "клиника" для женщин, работающих в сфере малого бизнеса или предполагающих открыть собственное дело. За период работы "клиники" (шесть месяцев) юристы-консультанты "клиники" оказали 246 устных консультаций и оформили 217 письменных документов.

Содействие развитию малого бизнеса среди репатриантов. В Автономной Республике Крым ряд бизнес центров создан по программе ПРИК ООН в местах компактного проживания репатриантов (гг. Белогорск, Судак, Бахчисарай).

В текущем году бизнес-центрами оказаны более 50 консультаций по различным аспектам ведения бизнеса.

Республиканским комитетом по делам национальностей и депортированных граждан Автономной Республики Крым оказывалась консультативная помощь в подготовке проектов по созданию малых предприятий.

Ассоциацией поддержки предпринимательской деятельности "Кредо" на развитие предпринимательской деятельности среди ранее депортированных выдано 10 кредитов на сумму 20 тыс. долларов США.

* * *

Реализация мероприятий Региональной программы развития малого предпринимательства в Автономной Республике Крым свидетельствует о положительных сдвигах на пути создания экономических условий для развития малого и среднего бизнеса как одного из действенных факторов экономического развития общества и формирования эффективной бизнес-среды в автономии.

Поступило в редакцию 12.09.2001

УДК 334.012.64

Процай А. Ф.

ИНТЕГРАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Основу интеграционной поддержки МП (малого предпринимательства) составляет взаимодействие крупных предприятий с малыми.

Западная экономика стоит на двух китах, с одной стороны крупные структуры, которые придают ей стабильность и управляемость; открывают путь к широкомасштабной инновации, с другой стороны, МП формирующие конкурентную среду и обеспечивающие гибкость, индивидуализацию производства [1]. Одной из причин успешного развития МП в странах рыночной экономики является то, что крупное производство не противопоставляется мелкому, а в противовес соперничеству развивает сотрудничество.

Малые предприятия зачастую создаются при крупных фирмах или сотрудничают с ними. Таким образом, формируется принципиально новая структура экономики. Для крупного бизнеса необходимы и выгодны: ёмкий рынок со стабильным и продолжительным спросом, продукция массового производства, аккумулирование значительных финансовых средств, дешевая рабочая сила. Малые предприятия имеют ряд преимуществ в управлении: отсутствие жёсткой иерархии, простота коммуникации, возможность быстрой корректировки целей. Поэтому, себестоимость производства продукции в малом бизнесе зачастую ниже, чем в крупном при высоком качестве производимой продукции и услуг.

Развитие интеграции и партнёрских отношений объясняются не «гуманной» целью помочь малому бизнесу, а вполне конкретной выгодой, требующей устойчивой и эффективной системы кооперативных связей. Крупные предприятия создают основу для стабильности и управляемости рыночной экономики страны, открывают путь к широкомасштабной реализации научно-технических новаций, а малый бизнес обеспечивает производству гибкость и индивидуализацию.

В условиях рынка основными формами интеграции крупного и малого бизнеса являются: в производстве – субподряд, в производстве и сбыте – франчайзинг, в инновации – венчурное финансирование, в финансировании – лизинг.

Перечисленные формы интеграции способны подстраховать малое предпринимательство от рыночных катаклизмов, кроме того, обеспечить взаимовыгодное движение информационных, технологических, сырьевых, кадровых и финансовых ресурсов в интересах национального хозяйства.

Субподряд в промышленно развитых странах практикуется довольно широко. В Японии ещё с 1950 годов начал складываться принципиально новый подход к формированию отношений с поставщиками, суть которого заключалась в увеличении объёма работ, передаваемых крупными компаниями на контрактной основе ма-

лым и средним специализированным фирмам, а также в сокращении общего числа прямых поставщиков комплектующих. Работа по субподряду позволяет малым фирмам получить доступ к технологическим и коммерческим «ноу-хау» больших предприятий. Действуя как поставщик, малое предприятие в то же время может наладить производство собственного конечного продукта и достигнуть большей самостоятельности.

Безусловно, малые промышленные предприятия обладают разным техническим потенциалом. Мелкие фирмы, работающие в передовых подотраслях, стремятся оснастить производство самой совершенной техникой, современными компьютерами, многофункциональным оборудованием: Мелкие предприниматели, выступающие в роли партнёров крупных корпораций, получают сведения о планах на ближайшие пять-шесть лет, что помогает подрядчикам и поставщикам активно участвовать в разработке указанных им узлов, деталей, комплектующих изделий. Из сказанного следует, что у крупного бизнеса также формируется определённая зависимость от малого. На долю комплектующих изделий в общей стоимости легковых автомобилей, выпускаемых германскими корпорациями «Фольксваген» и «Даймлер-Бенц» приходится 60%. Аналогичный показатель у американских корпораций «Форд» и «Дженерал моторс» равен 50%, а у ведущих автомобильных компаний Японии «Тойота» и «Ниссан» превышает 70%.

В Германии на долю субподрядчиков приходится 45% общего объёма производства в транспортном машиностроении, 70-80% - в сталелитейной промышленности, а в целом в обрабатывающей промышленности – более 25%. [2].

Термином «франчайзинг» (от франц. «franchise» – льгота, привилегия) принято обозначать систему договорных отношений крупных и мелких фирм в области сбыта продукции.

Преимущества подобной хозяйственной кооперации значительно укрепляют жизнеспособность малых фирм. По данным АМБ, в США к концу пятого года существования разорялись лишь 14% франчайзинговых предприятий, тогда как для независимых малых фирм этот показатель составил более 65%. [3]. Эта форма хозяйственной кооперации даёт возможность использовать отработанные и оправдавшие себя технологии, уже известную и популярную марку, обучиться и получать по ходу дела необходимые консультации. Все эти возможности могут предоставить те, кто уже имеет опыт, знания, обладает технологическими секретами, кто создал себе определённый имидж в мире бизнеса и у потребителей. Всё это – капитал зрелых предпринимателей, капитал нематериальный, но весьма ценный и эффективный, если его правильно использовать.

Опытный предприниматель может выступить, используя эту систему, в роли «франчайзера», т.е. продавца своего опыта. Разумеется, он должен получать от этой продажи доход, но не менее важно, что через франчайзинг он получает возможность без значительных затрат многократно расширить масштабы своего бизнеса, укрепить свои позиции на рынке.

Успех мощной транснациональной корпорации «МакДональдс», обслуживающей на своих 12 тысячах предприятиях в разных странах мира сотни миллионов клиентов, кроется в привлечении тысяч партнеров на основе франчайзинга. Бизнес в

рамках этой системы при грамотном ведении дела крайне выгоден. Подсчитано, что эта корпорация вывела в миллионеры большее количество американцев, чем любая другая коммерческая организация страны.

Особенности и преимущества франчайзинга по сравнению с бизнесом, связанным с созданием собственных новых производственных, торговых, сервисных и других предприятий следующие.

Во-первых, капитал предпринимателя (франчайзи) используется в обмен на знания и опыт франчайзера;

Во-вторых, возможность оперативного использования специфики и особенностей местного рынка для широкого проникновения на него франчайзи;

В-третьих, активизация деятельности предпринимателей, сознательно идущих вместе с франчайзером на риск вместо того, чтобы длительное время заниматься поисками каких-либо новых путей и направлений бизнеса;

В-четвертых, возможность более быстрого расширения своей предпринимательской деятельности.

Можно привести немало примеров успешной деятельности малых фирм в системе франчайзинга. Так, фирма «Зингер» франчайзирует право на продажу своих изделий по территории США. Компания «General motors» в 1898 г., не имея денег на открытие магазина, начала продажу паровых двигателей через дилеров. Эта система по сей день остается основным способом продажи автомобилей. Наивысший подъём в развитии франчайзинга пришелся на конец 80-х годов. В 1984 г. почти треть объёма продажи во всех магазинах США (около 500 млрд. долларов) – была реализована через франчайзинговые фирмы.

Франчайзинг создает 13% национального богатства в валовом национальном продукте США – это в три раза больше, чем торговля автомобилями. Как работодатель франчайзинг представляет свыше 7 млн. рабочих мест, причем очень много из них для неквалифицированных, которые не имели другой возможности найти работу.

В настоящее время 350 американских фирм и их франчайзи владеют 32000 предприятий.

В России Владимир Довгань и Тольяттинская научно-производственная фирма «Дока» стали пионерами франчайзинга при реализации широкомасштабных программ «Дока-пицца» и «Дока-хлеб».

В Украине и в Крыму франчайзинговый бизнес только начинает развиваться. Появилась сеть специализированных магазинов по продаже (и по смежному сервисному обслуживанию) компьютеров, телевизоров, видео- и множительной техники известных фирм; предприятий по обработке и реализации фотоматериалов «Кодак», сервисному обслуживанию автомобилей иностранных марок; ряд стоматологических кабинетов «Cabot». К типичным предприятиям, работающим на основе франчайзинга, относятся предприятия по изготовлению и реализации безалкогольных напитков «Кока-кола» и «Пепси-кола», косметический центр «Пани Анеле», использующий технологии, оборудование и препараты знаменитой испанской школы «Lady Annl», киевская фирма «Денди-Эским» предлагает на условиях франчайзинга рентабельные проекты «Бар-мороженое» и «Бар-пиццерия». К масштабным проектам франчайзингово бизнеса в Украине относится создание сети ресторанов «Мак

Дональдс» и развитие производства и сбыта Кока-колы компаний «Coca-cola Amatil Ukraine Ltd.» На Украине планируется создать около 100 ресторанов, что позволит создать 3,5 тыс. рабочих мест. Объём инвестиций составит около 100 млн. долларов. Для организации и эффективного функционирования проекта будут построены современные заводы по переработке мяса и картофеля. Компания «Coca-cola Amatil Ukraine Ltd.» уже вложила в экономику Украины более 100 млн. долларов и в ближайшие годы намерена вложить ещё 250 млн. долларов. В настоящее время в Украине работает один завод по производству кока-колы во Львове. Закончено строительство завода по производству этого напитка в Броварах. Сейчас в данной компании работают 2050 чел., в ближайшие годы количество работающих планируется довести до 4 тыс. человек [4].

Идея франчайзинга замешана на противоречивом единстве зависимости и в то же время независимости партнеров друг от друга. Зависимость обусловлена единством системы конкретного франчайзора, что всесторонне отражается в контракте между ним и партнерами – франчайзи. Независимость же обусловлена тем, что франчайзи является «суверенным» предпринимателем, как правило, юридическим лицом, ни в коей мере административно не подчиняющимся франчайзору.

Франчайзинг может быть определён как способ доставки продукции или услуг потребителю, как способ развития бизнеса и завоевания рынка на основе кооперации материальных и финансовых средств и усилий различных предприятий. Франчайзинг может рассматриваться также и как соглашение, при котором производитель или единоличный распространитель продукта или услуги, защищенных торговой маркой, даёт эксклюзивные права на распространение на данной территории своей продукции или услуг независимым предпринимателям (розничным торговцам) в обмен на получение от них платежей (роялти) при условии соблюдения технологий производственных и обслуживающих операций.

Классическая модель франчайзинга (рис.1) изменилась в последние годы в направлении обеспечения франчайзера дополнительными возможностями быстрого развития с наименьшими затратами.

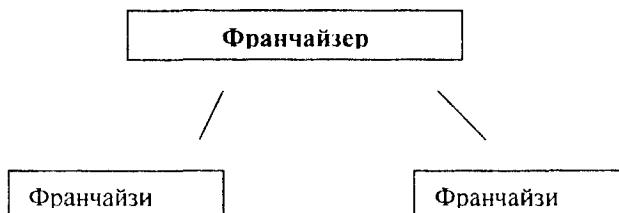


Рис.1. Классический франчайзинг.

Выбирая региональный франчайзинг, франчайзер решает охватить своей деятельностью какой-то географический район (область, район, страну). Осознавая, что он, возможно, не обладает такими средствами или коллективом, чтобы развиваться

так быстро, как хотелось бы, он опирается на поддержку главного франчайзи. (рис.2.)

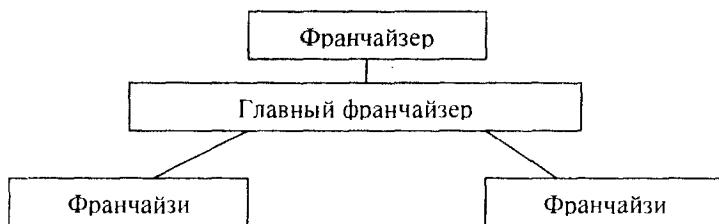


Рис.2 Региональный франчайзинг.

В свою очередь, главный франчайзи имеет право не только подбирать новых франчайзи в своём районе, но и обеспечивать их первоначальное обучение, прочие услуги, что обычно делает сам франчайзер. Главный франчайзи одинаково включен в разделение платежей и зачастую взносов в рекламный фонд. Он пользуется всеми благами, которые обычно даёт франчайзинг, для этого он тоже платит лицензионные взносы, а также взносы на рекламу непосредственно франчайзеру. Контракт между франчайзером и главным франчайзи устанавливает, что ожидается от каждой стороны и какой определённый период франчайзи будет выполнять эту специфическую роль. В ответ на первоначальную уплату франчайзеру взносов за деятельность на исключительной территории рынка главный франчайзи в будущем получает от франчайзера роялти, величина которых зависит от доли в общем объёме реализации тех новых франчайзи, которых он вовлек в эту франчайзинговую систему. В отличие от других методов этот метод выгоден для всех сторон, т.к. главный франчайзи – выборное лицо, и он должен получать поддержку на протяжении всего времени сотрудничества, а это выгодно франчайзеру.

В субфранчайзинге субфранчайзер также осваивает какую-то определённую территорию и обеспечивает первоначальное обучение, выбор помещения и т.д. Разница только в том, что франчайзи работает напрямую с субфранчайзером на долгосрочной основе и имеет очень ограниченный контакт с франчайзером. Он платит роялти и рекламные взносы субфранчайзеру, который, в свою очередь, часть этих денег платит франчайзеру (рис.3.).

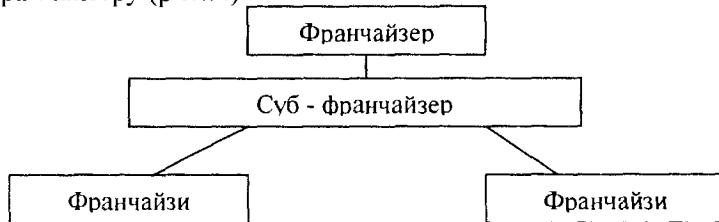


Рис.3. Схема суб-франчайзинга.

Суб-франчайзер, таким образом, становится франчайзером на своей территории и франчайзи зависит от его долгосрочной поддержки. То, что суб-франчайзер может иметь ограниченные средства, управленические и маркетинговые способности, отра-

зится на франчайзи. Следовательно, потенциальный франчайзи должен очень тщательно выбирать суб-франчайзинговые отношения, т.к. он зависит от деловой и жизненной хватки как франчайзера, так и суб-франчайзера.

Основные преимущества, которые получает предприниматель, покупая франшизу:

- 1) Возможность стать или оставаться самостоятельным владельцем бизнеса.
- 2) Право вести свой бизнес под торговой маркой, имеющей хорошую репутацию на рынке.
- 3) Использование апробированной концепции бизнеса.
- 4) Управленческие консультации от экспертов в соответствующей области.
- 5) Уменьшение затрат на рекламу за счет совместной рекламы.
- 6) Услуги головной фирмы в организации начального и последующего обучения.
- 7) Относительно низкую стоимость приобретения многих видов лицензионного бизнеса.

Развитие франчайзинга в Украине и в Крыму позволит решить многие проблемы МП. Прежде всего, оно привлечёт в бизнес людей, не рискующих открыть собственное предприятие без поддержки и обучения. Франчайзинг поможет реализовать свои способности оставшимся без работы специалистам ВПК, научно-технической интеллигенции, уволенным в запас военным, а также начинающим бизнесменам, которые предпочитают работать под руководством. Франчайзинг позволит освоить малому бизнесу новые технологии, расширить сферы его деятельности, послужит повышению качественного уровня подготовки кадров для отечественного малого предпринимательства.

Весьма перспективным в Крыму является создание франчайзинговых систем в строительстве, сфере трудоустройства, розничной торговли (особенно в сельских районах, которые остро нуждаются в передвижных торговых и сервисных точках), автомобильном и гостиничном сервисе.

Ввиду сказанного, перспективы развития франчайзинга в Украине связаны, прежде всего, с подготовкой и принятием закона Украины о франчайзинге, в котором были бы предусмотрены все юридические аспекты развития украинского франчайзинга.

Региональные органы также могут внести свой вклад в развитие франчайзинга на своих территориях, приняв участие в подготовке нормативных актов, методических материалов и предложений о введении налоговых льгот, создании специализированных банков данных. Местные власти могут:

- А) Организовать юридическую, консалтинговую, информационную помощь франчайзерам и франчайзи в поиске и подборе деловых партнёров, консультации сторон, содействии в обучении и контроле и др.;
- Б) пропагандировать франчайзинг путём созыва конференций, семинаров;
- В) создать специализированные фирмы-посредники, занимающиеся подбором партнеров и другими аспектами развития франчайзинга на коммерческой основе;
- Г) создать региональные отделения Украинской ассоциации развития франчайзинга, а также центров поддержки;
- Д) предоставлять на льготных условиях здания и помещения предпринимателям-участникам системы франчайзинга.

Эффективной формой интеграции крупных и малых фирм является *венчурное финансирование*.

Английское слово «венчур» (venture) означает риск и, следовательно, венчурный капитал – это «рисковый капитал». Часто учредители малого предприятия, имея интересную идею, не располагают средствами для её реализации. В этом случае учредители должны найти юридическое или физическое лицо, обладающее необходимыми средствами, которые можно вложить в этот проект. В такой ситуации очень важно заинтересовать венчурного капиталиста, убедить его, что имеет дело с надёжным партнёром, и что отдача от его инвестиций будет достаточно высокой.

Использование венчурного капитала получило широкое распространение в США. К середине 80-х здесь действовало более 650 венчурных фирм. В 1987 г. общий объём инвестиций из всех источников венчурного капитала составил примерно 4,5 млрд. долларов. Опыт этой страны показывает, что 30% годовых и более от вложенного венчурного капитала – нередкое явление. Держатели обыкновенных акций, ничем особо не рискуя, получают годовой доход от вложенных средств в размере 10-15%. Естественно, чем больше рискует владелец капитала, тем больший процент доходов от своих средств он должен рассчитывать [5].

В широком смысле под венчурным финансированием понимают все вложения в рискованные с точки зрения финансовых результатов проекты, прежде всего в области высоких технологий, в узком – долгосрочные и среднесрочные инвестиции в виде кредитов или приобретения акций, осуществляемые венчурным фондом в целях создания малых, стремительно растущих компаний.

Подобными операциями занимаются как специализированные независимые компании, так и дочерние фирмы крупных корпораций, мелкие инвестиционные предприятия и даже партнерства с ограниченной ответственностью. Перспективы венчурного финансирования связывают с реализацией потенциала промышленно-финансовых групп, взаимодействие которых с малыми инновационными предприятиями способствовало бы разрешению конфликта между невостребованностью науки и необходимостью кардинального обновления технической базы всех отраслей народного хозяйства [2]. Венчурные фирмы проектируют и создают новые виды продукции и технологии, разрабатывают предложения по совершенствованию организации производства, труда, финансов, сбыта продукции.

Венчурное предприятие является эффективной формой применения венчурного (рискового) капитала для организации работы небольшого творческого коллектива. Работа таких коллективов характеризуется гибкостью, мобильностью и адаптивностью к меняющимся условиям рыночного бытия.

Появление венчурных структур стало реакцией рыночной экономики на необходимость ускорения темпов научно-технического прогресса, формирования конкурентной среды в научно-технической сфере, эффективного применения накопленного интеллектуального потенциала. Ускорение темпов НТП достигается полной отдачей работников предприятия, осознанным выбором темы исследования, апробацией полученных результатов, использованием зарубежного опыта решения научно-технических проблем, сокращением длительности цикла «разработка-потребитель».

Формирование конкурентной среды в научно-технической сфере обусловлено переходом на рыночные отношения, когда предприниматель самостоятельно выбирает направление своего бизнеса. Под влиянием конкуренции сокращаются затраты и сроки выполнения работ. Одновременно повышается заинтересованность в достижении лучших количественных и качественных результатов, усиливается действие мотивационных стимулов к высокопроизводительному труду.

Малые венчурные фирмы содействуют эффективному применению накопленного интеллектуального потенциала, который по разным причинам не полностью используется на государственных предприятиях. В рамках венчурного предприятия объединяется высококвалифицированный коллектив, каждый работник которого совмещает несколько функций. Не меньшее значение имеет и то обстоятельство, что специалисты венчурной фирмы являются владельцами акций своей организации и вместе с инвесторами разделяют возможные потери от риска.

Инвесторами венчурных предприятий являются коммерческие фирмы, финансово-банковские структуры, частные вкладчики, государственные организации. Коммерческие, финансово-банковские структуры и частные вкладчики финансируют венчурный бизнес, поскольку это является выгодным вложением капитала. Высокая эффективность венчурных фирм базируется на достижениях научно-технического прогресса, который не подвластен рыночной стихии. Что же касается возможных потерь от риска, то при грамотном выборе венчурной фирмы они не превышают допустимых размеров.

Государство заинтересовано в развитии венчурного бизнеса, ускоряющего темпы научно-технического прогресса, создающего предпосылки для роста объёма экспорта товаров, способствующего развитию отечественного научного потенциала. Государственная поддержка малых венчурных структур выражается в финансировании их деятельности за счет средств специальных фондов, в предоставлении кредитных, налоговых и других льгот.

Высокая результативность венчурных фирм является следствием эффективной работы коллектива. В рамках венчурного предприятия происходит разделение и специализация работников по группам: технико-экономической, организации труда, планово-учетной.

Технико-экономическая группа специалистов является ведущей в структуре фирмы. Эти работники создают технический проект будущей продукции и участвуют в его производственном изготовлении. Качество работы группы предопределяет финансовый результат работы фирмы. Для достижения высоких результатов по затратам, результатам и срокам выполнения проектов технико-экономическая группа широко применяет в своей работе современные средства оргтехники.

В группе организации труда приоритетными вопросами являются: подбор состава исполнителей, разработка мотивационных стимулов к высокопроизводительному труду.

В группе планово-учётных работ приоритетными являются вопросы нормирования, планирования, учёта затрат и результатов.

Финансовая устойчивость фирмы существенно возрастает, если до выхода на рынок она апробирует работу своего коллектива на предприятии в рамках внутри-

производственного венчура. Такое подразделение должно функционировать на основе внутрипроизводственной автономии в решении кадровых вопросов, распределения обязанностей, формирования производственной программы в рамках намеченных задач и в пределах установленной самостоятельности. Работа в условиях «бизнес-инкубатора» позволяет коллективу объективно оценить свои возможности и целесообразность выделения в самостоятельную структуру.

Особой формой взаимодействия крупного и мелкого производства является *лизинг*. В результате структурных сдвигов и резкого сокращения спроса многие крупные предприятия не используют значительную часть производственных фондов. С другой стороны, подавляющая масса мелких производителей не располагает надлежащей материальной базой и не имеет средств для закупки техники. Оптимальным способом разрешения этого противоречия является лизинг. Рост интереса к лизингу и количество заключенных лизинговых соглашений в Украине объясняются рядом его преимуществ по сравнению с простым владением имущества. В частности, предприниматель получает возможность использования дорогостоящей новейшей техники без больших начальных капитальных вложений. Отделение права собственности от права пользования средствами производства позволяет предпринимателю осуществлять расширение и модернизацию производства, не затрачивая денежных средств на приобретение в собственность техники, а ограничиваясь только оплатой на выгодных условиях её аренды.

Арендаторам нет необходимости предварительно накапливать значительные собственные средства и прибегать к получению банковских кредитов. Для лизинга привлекается не заёмный капитал, а оборудования, которое не является собственностю предприятия, не облагается налогом на основные средства. Лизинг особенно привлекателен для малых и средних фирм, т.к. дает им возможность не только оперативно провести реконструкцию производства, но и направить сэкономленные финансовые средства на другие цели.

Лизинг облегчает доступ предпринимателей к высоким технологиям, позволяет оперативно заменить устаревшее оборудование на прогрессивное. Лизингом вправе заниматься любые юридические или физические лица, которые имеют средства для инвестирования. Обычно такие операции осуществляют специализированные компании (финансовые институты) – лизинговые фирмы или крупные банки. Нередко лизинговые фирмы являются дочерними обществами крупных коммерческих банков, что облегчает им доступ к кредиту и обеспечивает эффективную деятельность. Для коммерческих банков лизинг привлекателен тем, что даёт им возможность получать дополнительный доход. Это выгодная возможность вложения свободных средств под арендный процент. Договор лизинга регулирует Закон Украины «О лизинге» от 16.12.97г.

Таким образом, использование приведённых выше форм хозяйственной интеграции крупных и малых предприятий позволит усилить стабильность, предсказуемость внешней среды малых предприятий. Взаимовыгодное движение информационных, технологических, сырьевых, финансовых и прочих ресурсов даёт основание рассматривать совокупность вышеназванных процессов как интеграционную поддержку малого предпринимательства.

Список литературы

1. Куликов В., Латышева Г., Николаев А. Образование финансово-промышленных групп (необходимость, цели и механизмы)//Российский экономический журнал.- 1994-№1-С.16
2. Муравьев А.И., Игнатьев А.М., Крутик А.Б. Малый бизнес: экономика, организация, финансы. - СПб.: Ун-т экономики и финансов, 1990. – 608 с.
3. Шулус А.А. Формирование системы поддержки малого предпринимательства в России//Российский экономический журнал.-1997.-№11.-С.104-109
4. Богдан Г., Горняк О. Проблеми створення малих підприємств (на прикладі Україні та Франції)- Одеса: Астропрінт, 1998-112с.
5. Баженов Ю.К., Баженов А.Ю. Малое предпринимательство: практическое руководство по организации и ведению малого бизнеса.-М.: ИВЦ "Маркетинг", 1999- 104с.

Поступило в редакцию 12.09.2001

УДК 330. 110. 541

Пашенцев А.И.

ПРИЧИНЫ КРИЗИСА ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ

В Украине за годы административно-командной экономики была осуществлена глубокая структурная перестройка в пользу индустриального развития. Однако, сформировавшаяся структура экономики оказалась далеко не оптимальной. В рамках промышленности неоправданно высокую долю (абсолютную и относительную) получили добывающие отрасли и производство вооружения. В целом структура хозяйства с годами утратила прогрессивную социальную направленность, в результате чего, возникло отставание производства товаров народного потребления, продукции сельского хозяйства от производства промышленности.

Необходимость перехода от административно-командной экономики к современной рыночной была обусловлена нараставшей недееспособностью нетоварной экономики по мере исчерпания экстенсивных факторов экономического роста.

Еще в 1990 г., будучи в составе СССР, Украина имела хорошие перспективы для дальнейшего роста: очень мощный экономический потенциал, включая производство наукоемкой продукции с использованием высоких технологий (точное приборостроение, электроника и т.д.), ценнейшие земли. Но основное богатство заключалось в людях - большая часть населения имела среднее образование, а миллионы граждан закончили Вузы. Вершину интеллектуального потенциала Украины составляли научные работники - только в системе Академии наук в 1988 г. их насчитывалось 18,5 тыс. чел. И не случайно, в конце 80-х годов, накануне раз渲ла СССР, многие западные специалисты предсказывали Украине богатое будущее вне пределов союзного государства. Основания к тому были и достаточно весомые. Однако, ни западные специалисты, ни политики не могли предвидеть того, что произошло в действительности.

Переход от старой командной системы к рыночной происходит с наличием проявлений:

1. Инфляции, подрывающей стимулы к производственной деятельности.
2. Спада производства, глубина которого определяется масштабами накопившихся диспропорций в структуре экономики, ограничений спроса.
3. Снижения накоплений и инвестиционной активности, которые становятся невыгодными при высокой инфляции.

1 Теории экономики и управления

Действие этих проявлений в реальной жизни привело к тому, что за десять лет независимости ВВП снизился более, чем в 3 раза, а объем с/х продукции упал в 2

раза, от легкой и пищевой промышленности осталось только 10% уровня 1989 г. Приходящийся на душу населения ВВП самый низкий в Европе и среди стран СНГ и продолжает падать. В тоже время в ряде стран СНГ наблюдается прирост производства: Киргизстане-46%, Белоруссии-15%. Сегодня Украина производит товаров и услуг в 45 раз меньше, чем Франция с такой же численностью населения. Реальные доходы населения уменьшились в 12 раз по сравнению с 1990 г. Реальный уровень безработицы (явной и скрытой) достиг 25%. По количеству подготовленных специалистов с высшим образованием Украина занимает 49 место в мире. Современное кризисное состояние экономики страны таково, что при благоприятных внутренних и внешних условиях производство сможет достигнуть уровня 1990 г. через 25-30 лет. Сегодня Украину можно рассматривать как страну, обладавшую большими преимуществами и растратившую их в рекордно короткие сроки.

Глубокий экономический кризис в стране имеет объективные причины:

1. Большой удельный вес оборонной промышленности в экономике. Так 70% машиностроения работало на оборону. После распада СССР союзный ВПК оказался ненужным странам СНГ.
2. Низкая самообеспеченность Украины энергоносителями: нефтью на 10%, газом-12%.
3. Отсталые, по сравнению с западными странами, технологии производства товаров народного потребления. Износ промышленного оборудования в 2000 г. оценивался в 60%, а в с/х - в 90%. Энергоемкость отечественной продукции в 10-20 раз выше западной.

Эти объективные причины кризиса были усилены политическим кризисом, начавшимся в 1994 г. и продолжающимся до сих пор.

Сложное экономическое положение Украины в 1991 г требовало от государственного руководства тщательного рассмотрения принимаемых решений. Однако было допущено много ошибок. Главные ошибки вытекают из неверно принятого принципа, состоящего в том, что основной задачей государственного руководства является наполнение госбюджета, а не стимулирование отечественного производства. Порочность этого принципа привела к тому, что мы имеем сегодня крупные экономические ошибки, выражющиеся в:

1. Отказе от поддержки и эффективного руководства госпредприятиями и организациями, в том числе индустриальными гигантами. Это привело к разрушению экономического потенциала, ранее созданного.
2. Резком увеличении госаппарата. Сегодня в Украине количество административных работников, находящихся на госслужбе, в 5 раз больше, чем в США. Количество чиновников приблизилось к числу пенсионеров (15 и 16 млн. чел. соответственно).
3. Высоком, до 80-90%, уровне налогов и жесткой регламентации экономической деятельности. При высоких налогах приватизация государственной собственности не привела к росту производства. Возрос удельный вес теневой экономики (до 60%), в ней занято сейчас 2/3 трудоспособного населения страны. По величине легального и не легального оттока капитала за границу Украина занимает одно из первых мест в Европе.

4. Привлечении иностранных кредитов, которые надо будет возвращать с процентами и которые не эффективно используются. Сегодня внешний долг Украины достиг 11 млрд. дол. Ежегодно надо возвращать с учетом процентов около 2 млрд.дол.
5. Отсутствии условий, которые привлекали бы значительные иностранные инвестиции в промышленность и сельское хозяйство, в том числе для создания совместных предприятий с новыми технологиями.
6. Разрыве экономических связей между странами бывшего СССР. Не учитывалась тесная связь экономик. Так экономика Украины на 70-90% была связана с предприятиями бывших республик СССР.

Переход от административно-командной к рыночной системе включает в себя с одной стороны, глубокие институциональные изменения (прежде всего в отношениях собственности); а с другой стороны, предполагает осуществление стабилизационных мер (преимущественно в денежно-кредитной, финансовой сферах, ценообразовании).

В структуре экономики Украины продолжает расти доля добывающих отраслей и снижается доля высокотехнических производств и легкой промышленности.

Украинские экономисты придерживаются двух основных концепций структурной перестройки экономики:

1. Делается упор на экспорт добывающих отраслей и производства продукции черной металлургии.

2. Исходят из первоочередной ориентации на внутренний рынок, а также стимулирование научноемких производств.

Вместе с тем сторонники обеих концепций согласны с тем, что ключевым аспектом структурной перестройки является поддержка тех отраслей украинской экономики, которые являются конкурентоспособными на мировом рынке, подчеркивается необходимость в переводе переживаемого экономикой спада производства из общего в структурный, когда наряду со свертыванием и перепрофилированием объективно ненужных и недееспособных производств замедляется падение, стабилизируется выпуск пользующейся спросом продукции, создаются условия для оживления и развития перспективных видов деятельности, формирующих реальный потенциал.

Управление инфляцией в условиях реформирования централизованной экономики предполагает использование как опробованных, так и нестандартных мер, учитывающих природу инфляции, ее причины, методы проявления. Украине, ставшей на путь экономических преобразований, не удалось быстро запустить новую систему хозяйственного регулирования. Переход от одной системы к другой натолкнулся на беспрецедентные проблемы, которые не были предвидены ни в деталях, ни в целом. Возник новый тип инфляции, который не отвечает привычным оценкам и слабо реагирует на традиционные методы воздействия.

Применительно к Украине можно выделить следующие особенности хозяйственной ситуации во многом определяющей развитие инфляции:

1. Наличие общего структурного неравновесия и отсутствие конкурентной среды. Сжатие спроса на многие потребительские товары, произшедшее в результате отпуска цен, само по себе не ведет к конкуренции между производителями.

2. Ценовые перекосы и диспропорции, которые не устранены в ходе централизации цен. Свободные цены пока еще не стали ценами равновесия и не работают на улучшение производственной структуры.

3. Сохраняется давление внешнего долга, резко сужающего маневр валютными ресурсами. Практически отсутствуют страховые фонды - материальные и финансовые.

В основе инфляции в Украине лежит субъективный фактор. Известно, что кейнсианство полностью базируется на постоянном вмешательстве в экономику. Ещё ранее тотальное вмешательство обосновал теоретически ленинизм и воплотил на практике сталинизм. Современные монетаристы также базируются на вмешательстве, так как стремятся задать определенные параметры в сфере денежного обращения. В связи с этим инфляция в Украине - рукотворна. В ее основе - ряд неверных решений. Снизить уровень инфляции возможно, когда все факторы, кроме экономических, будут отброшены. Например, известно, что сильный инфляционный эффект оказываются поставки энергоносителей из России. Украинским производителям нефть обходится на 30-70% дороже, чем российским. Нетрудно сообразить, что пойдя на политические компромиссы, можно удешевить нефть для украинских производителей примерно на 50%, что в свою очередь может снизить уровень инфляции вдвое и тем самым оздоровить экономику страны. Обуздить инфляцию только с помощью организационных мер невозможно. Для этого необходимо осуществить меры экономического характера, а именно: пересмотреть налоговую систему и привести ее в соответствие с международными нормами, усилить требования к размерам резервных фондов.

В Украине действует двухуровневая кредитная система: Национальный банк - банковские институты и небанковские кредитные организации. Кредитная система отлична от мировых моделей: американской, японской, немецкой. В стране действуют универсальные банки, а также функционирует достаточно развитый сектор небанковских кредитных организаций. Сегодня в стране существует несколько форм управления государственным долгом, что особенно важно в условиях хронических дефицитных бюджетов:

1. Добровольный рыночный кредит – размещение государственных ценных бумаг на рынке.

2. Вынужденный квазирыночный кредит - рыночное оформление фактического государственного долга.

3. Кредит Национального банка Министерству финансов.

Важнейшими направлениями и инструментами денежно-кредитной политики Национального банка Украины должны являться:

1. Отказ от прежней практики использования прямых кредитов для финансирования бюджета.

2. Предоставление кредитов коммерческим банкам только через рыночные механизмы (кредитные аукционы, ломбардные кредиты, операции РЕПО).

Особенность финансового рынка страны состоит в том, что идет параллельное формирование денежного рынка и рынка капиталов, причем последнего связано с приватизацией. Первоначально предполагалось, что оба этих рынка можно развивать одновременно. Однако на практике развитие денежного рынка сильно опережает развитие рынка капиталов. В последние годы имело место формирование внутренней платежной системы. Этот процесс пока еще не закончен, так как утвердившаяся система внутренних платежей не является оптимальной. Главными инструментами макроэкономической стабилизации в Украине являются:

1. Сокращение дефицита консолидированного государственного бюджета до уровня ниже 5% ВВП.
2. Проведение жесткой кредитно-денежной политики, установление процентных ставок по кредитам центрального банка коммерческим банкам выше уровня инфляции).
3. Сдерживание роста доходов населения путем неполной индексации оплаты труда в бюджетной сфере и социальных трансфертов т. е. периодическое повышение денежных доходов в меньшем размере, чем выросли за это время цены и тарифы.
4. Привлечение импортных кредитов или использование валютных резервов с целью: финансирования дефицита бюджета, стабилизации курса обмена валют, финансирования платежного баланса, с тем чтобы увеличить импорт и таким образом компенсировать спад производства.
5. Материализация цен с целью сокращения субсидий убыточным предприятиям.

Выбор для каждой специфической ситуации варианта стабилизационной политики зависит от конкретных условий страны.

Среди наиболее успешных выделяется вариант стабилизации, сочетающий фиксацию валютного курса с регулированием заработной платы.

В настоящее время накоплен большой международный опыт выхода из экономического кризиса. Нам, прежде всего, представляет интерес опыт подъема экономики бывших социалистических стран, в первую очередь, Китая, так как эта страна добилась самых внушительных результатов по развитию рыночных отношений. Характерными чертами китайских реформ являются:

1. Сохранение госсектора экономики в начале реформ. Это предотвратило спад производства.
2. Передача земли крестьянам в вечное пользование без права продажи. Это позволило увеличить производство с/х продукции.
4. Провозглашение права частной собственности на орудия и средства производства. Это позволило повысить эффективность производства.
5. Открытый доступ иностранного капитала в страну.

Применительно к Украине ни один из вышеуказанных признаков не имеет места в нашей стране. И тем не менее положение страны не безнадежно. Чтобы вывести Украину из кризиса необходимо прибегнуть к следующим мерам:

1. Привлечь иностранный и отечественный капитал и продолжать приватизацию. Для иностранных инвестиций необходимо льготное законодательство и создание свободных экономических зон.
2. Снизить налоги до мирового уровня 30-35%.
3. Передать землю крестьянам в частную собственность без права продажи с освобождением от налогов на 3-5 лет.
4. Развивать отечественный малый и средний бизнес.
5. Сократить государственные расходы, в том числе на содержание госаппарата и вооруженных сил.
6. Проводить политику двойной экономической интеграции с Западом и Востоком.

Список литературы

1. Боровский Б.И. Введение в экономическую специальность. Симферополь. СИЭУ, 1998.
2. Пащенцев А.И. Рыночные трансформации и повышение рисковой составляющей в экономике Украины. В сб. Экономические аспекты устойчивого развития, СИЭУ, 1999.
3. Пащенцев А.И. Безработица в Украине и пути выхода из кризисного состояния. В сб. Экономические аспекты устойчивого развития, СИЭУ, 1995.
4. Пащенцев А.И. Особенности управления ценовым риском. В сб. Экономика, образование, компьютеры. СИЭУ. 2000.

Поступило в редакцию 12.09.200

Федишин А.Я.

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Кардинальные преобразования, происходящие в настоящее время в Украине, значительно повлияли на хозяйственную деятельность отечественных предприятий. Переход от рынка продавца к рынку потребителя заставляет производителей тщательно планировать свою товарную политику, ориентируя ее исключительно на запросы потребителей. К тому же предприятия находятся в условиях жесточайшей конкуренции как со стороны отечественных, так и зарубежных фирм-производителей. Одним из важнейших путей выживания предприятий в этих условиях является постоянное обновление ассортимента выпускаемой продукции, тем более что достижения научно-технического процесса открывают широкие возможности для создания принципиально новых товаров, услуг, технологий, соответствующих быстро изменяющимся запросам потребителей.

В современной экономической литературе вопросам нововведений уделяется значительное внимание. В частности, многие авторы возводят инновационную деятельность предприятия и связанные с ней стратегические вопросы в ранг конкурентной стратегии. Так, например, Г.Л.Азоев дополняет перечень конкурентных стратегий, предложенный М.Портером (стратегия лидерства по издержкам и стратегия дифференциации), вводя стратегию инноваций [1], а К.Боумэн выделяет два типа дифференциации: инновационную и маркетинговую [2]. Не вдаваясь в полемику о целесообразности развития теории М.Портера подобным образом, хотя наша позиция по данному вопросу была отражена в публикациях [4], отметим то значение, которое придается инновациям в современных условиях. Действительно, создание и выведение на рынок принципиально новых товаров или технологий, а также удовлетворение существующих потребностей новым способом является одним из способов достижения конкурентного преимущества.

Инновационное развитие предприятия невозможно без целенаправленных, осознанных, поддающихся программированию действий. Разработка направлений этих действий с учетом перспективы представляет собой процесс формирования стратегии.

Инновационная стратегия является составляющей общей стратегии и должна согласовываться с ней по целям, срокам реализации и в то же время рассматриваться в качестве одного из главных факторов обеспечения эффективного развития предприятия.

Инновационная стратегия любого предприятия определяется двумя важнейшими составляющими: объектом и характером ресурсов, имеющихся в рассмотрении предприятия, а также рыночными позициями и общехозяйственной структурой (контролируемая доля рынка, доступ к источникам финансирования и сырья, со-

стояние конкуренции). Анализ факторов, определяющих стратегию, позволяет предприятию правильно ее сформировать.

Одним из ключевых факторов, определяющих инновационную стратегию предприятия, является его инновационный потенциал. Инновационный потенциал предприятия можно определить как способность предприятия обеспечить нормальное протекание внутриорганизационного инновационного процесса. Оценка инновационного потенциала предприятия производится с помощью четырех групп показателей:

- показатели научности;
- показатели конкурентоспособности и качества продукции;
- инновационные показатели;
- экономические показатели.

В основе выработки инновационной стратегии лежит общепринятая теория жизненного цикла товара. Проведенные в последние годы в странах с развитой рыночной экономикой исследования экономистов показали, что с развитием НТП жизнь новых видов продукции стала короче, причем тенденция эта становится устойчивой и поддается прогнозированию [3]. Причем с течением времени каждое новое изделие требует все больше капиталовложений. Зная концепцию жизненного цикла товара, можно прогнозировать потребности и запросы потребителей, предвидеть изменения конкуренции и конъюнктуры рынка и в соответствии с этим разрабатывать инновационную стратегию.

На начальном этапе формирования инновационной стратегии целесообразно определить ее тип. Существует несколько типов стратегий, которые имеют особые признаки и характеристики: наступательный (активный), имитационный и адаптационный (насивный) [5]. Выбор типа стратегии зависит от целого ряда факторов: глобальной цели, которую ставит перед собой предприятие; принадлежности его к определенной отрасли промышленности; сложившихся условий внешней и внутренней среды. При этой процедуре для предприятия важнее всего предусмотреть те последствия, которые его ожидают при выборе той или иной стратегии. В таблице 1 представлена классификация стратегий. Следует отметить, что приведенные в классификации признаки, условия и последствия применения характерны лишь для одного варианта стратегии того или иного типа. Может существовать и множество других альтернативных ей вариантов.

Наступательная стратегия характерна для предприятий, которые выходят на рынок с новыми товарами. Имитационная стратегия фактически используется всеми предприятиями на рынке тех или иных нововведений. Суть ее заключается в приобретении новой технологии или в копировании основных потребительских свойств нововведений, выпущенных на рынок другими предприятиями. Адаптационная стратегия характерна для предприятий, стремящихся сохранить конкурентные позиции на уже имеющихся рынках. Эта стратегия ставит цель продлить фазу зрелости жизненного цикла товара. Адаптационная стратегия требует от предприятия интенсивных усилий, направленных на совершенствование продукции.

Как свидетельствует зарубежный опыт, для предприятия предпочтительней начать свою деятельность с имитационной стратегии с постепенным переходом к на-

ступательной. После быстрого развития производства нового продукта по приобретенной лицензии кривая его жизни в определенный момент достигнет стабильного уровня. Но чтобы сделать инновационный процесс непрерывным, руководство предприятия, не дожидаясь стадии затухания кривой жизни продукта, должно приобрести новую лицензию или провести разработки и усовершенствования, которые позволяют значительно повысить технологический уровень инновационной системы и будут способствовать появлению собственного нового продукта. Таким образом, предприятие может перейти к наступательной стратегии, которая основывается не на отдельной инновации, а на целой их серии.

Таблица 1

Классификация инновационных стратегий

| Типы стратегий | Характерные признаки | Условия применения | Последствия |
|---------------------------|---|---|--|
| Наступательный (активный) | Проведение самостоятельных исследований и разработка инноваций. Применение новых технологий, выпуск конкурентоспособных продуктов. | Наличие высококвалифицированных специалистов творческого склада, руководства, склонного к новым идеям, маркетинговой организации, с хорошим знанием рынка | Устойчивое положение на рынке. Повышение прибыльности предприятия. Высокая степень риска. |
| Имитационный | Приобретение новой технологии у других. Выпуск нового продукта по приобретенной технологии. Выпуск уже освоенных другими производителями изделий (относительно новых и имеющих достаточный спрос на рынке) на основе их модификации, модернизации, совершенствования. | Хорошее знание рынка, маркетинговой организации. | Присутствие на рынке в течение определенного времени. Поиск ниш. Повышение прибыльности предприятия. Средняя степень риска. |
| Адаптационный (пассивный) | Стремление к улучшению качества выпускаемого продукта. Проведение не-принципиальных усовершенствований. | Обычные | Временное улучшение технико-технологического уровня, показателей производственно-хозяйственной деятельности. В перспективе предприятие может отстать сначала в технико-технологическом, а затем и в экономическом отношении. |

Предприятия, избирающие адаптационную (пассивную) стратегию, рисуют в перспективе отстать сначала в технико-технологическом, а затем и в экономическом отношении.

На этом же начальном этапе решается и другой вопрос, связанный с определением периода формирования стратегии. Инновация требует сравнительно продол-

жительного времени, и в этом плане инновационная стратегия может оказывать влияние на продолжительность общей стратегии предприятия. С другой стороны, период ее формирования во многом зависит от других стратегий, в частности инвестиционной. К иным факторам, влияющим на период формирования инновационной стратегии, можно отнести размер предприятия и общую экономическую ситуацию, сложившуюся в стране.

Наиболее ответственным является этап формирования целей инновационной стратегии. Исходным моментом при этом также служат цели общей стратегии развития предприятия. Но определенное влияние на данный процесс оказывают и другие факторы. В частности, формирование целей инновационной стратегии во многом зависит от способов организации инновационного процесса на предприятии. Как известно, существуют три альтернативных модели такой организации: внутренняя, при которой инновация создается и (или) осваивается специальными внутренними подразделениями предприятия; внешняя, когда заказ на создание и (или) освоение инновации передается сторонним организациям; условно-внешняя, при которой предприятия для реализации инновационных проектов создают дочерние венчурные предприятия, привлекающие при необходимости дополнительные средства со стороны [5].

Главной целью развития предприятия, которой должны быть подчинены цели всех других стратегий, является обеспечение его конкурентного преимущества. Конкурентное преимущество предполагает достижение конкурентоспособности выпускаемых изделий, а также завоевание и укрепление позиций на определенных сегментах рынка. Цели инновационной стратегии должны быть прежде всего направлены на повышение технического уровня производства, технологической мобильности предприятия, позволяющих при необходимости оперативно и с наименьшими затратами осуществить переход от устаревших видов продукции к новым, в которых на рынке возникла острая потребность. Выбор таких целей предполагает выделение на их достижение определенной совокупности ресурсов (особенно финансовых), которыми может располагать предприятие.

Из альтернативных вариантов предпочтение отдается тем, которые в наибольшей степени и при минимальных затратах позволяют обеспечить достижение конкурентного преимущества предприятия. Таким образом, выбирается оптимальный вариант целей инновационной стратегии, а также путей и средств их достижения.

Важной составной частью формирования инновационной стратегии является ее ресурсное обеспечение. Система ресурсного обеспечения разрабатывается по нескольким направлениям. Одно из них – формирование достаточных для развития предприятия финансовых ресурсов. Оно связано с поиском новых источников финансирования, определением оптимального соотношения собственных и заемных средств, использованием новых финансовых инструментов, позволяющих решать ключевые проблемы финансов, такие как доходность, платежеспособность. В рамках этого направления решаются и задачи по внедрению эффективных механизмов инвестирования проектов, выбору оптимальных вариантов их осуществления. При этом инвестирование инновационного проекта может касаться как полного цикла (от научных разработок до реализации новой продукции), так и его отдельных этапов.

Другие направления ресурсной системы связаны с вопросами материально-технического снабжения, информационного обеспечения, использования человеческого фактора.

Основные этапы формирования инновационной стратегии предприятий представлены на рис. 1.

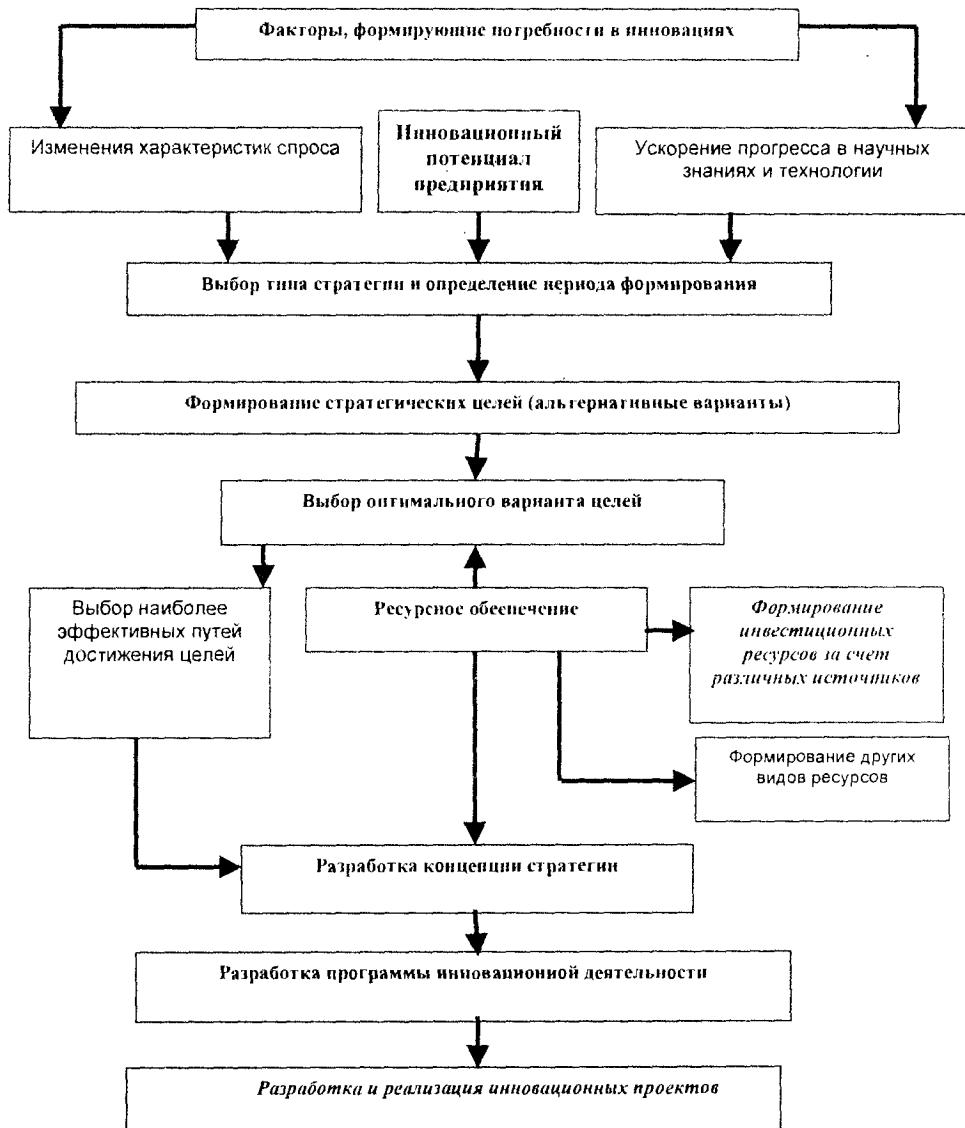


Рис.1. Схема формирования инновационной стратегии предприятия

Основные положения инновационной стратегии отражаются затем в концепции и программе инновационной деятельности предприятия. Если концепция содержит основные направления инновационной стратегии и их обоснование, то программа –

цели, задачи, этапы ее реализации, взаимоувязанные по срокам, ресурсам и исполнителям. В программе представлен также перечень конкретных мероприятий по осуществлению инновационной деятельности. Выполнение программы заключается в разработке и реализации инновационных проектов.

Список литературы

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. - М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. - 208с.
2. Баумэн К. Основы стратегического менеджмента / Пер. с англ. под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. - 175 с.
3. Бузько И., Спивак С. Управление инновациями на предприятии / Бизнес информ. - 1998. - №6. - С. 69-72.
4. Дударь А.П., Федишин А.Я. Особенности формирования конкурентной стратегии торгово-производственной фирмы. - Симферополь: Таврида, 2000. - 182с.
5. Сыч В. Формирование инновационной стратегии предприятия / Бизнес информ. - 1997. - №22. - С. 42-44.

Поступило в редакцию 12.09.2001

УДК 338.012

Чигидин О.Д.

РАЗВИТИЕ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ

Стабильность экономики страны основывается, прежде всего, на финансовой устойчивости первичных звеньев народного хозяйства – предприятий, фирм, как промышленной, так и непромышленной сфер. Данный тезис наиболее актуален в современных условиях, когда платежеспособность многих предприятий промышленного сектора экономики крайне низкая. Непромышленный сектор сравнительно прогрессирует, в большей степени, в торговле посредством перепродаж, преимущественно, импортных товаров.

В условиях шестилетнего обвального спада производства (1992-1997 гг.) в 1998 г. наметилась некоторая стабилизация. Но если судить об уровне роста в 1% и даже 10 %, то такое увеличение объемов производства относительно уровня 1997 г. не может свидетельствовать об улучшении положения дел. Во-первых, увеличение просчитывается после обвального спада производства, во-вторых, значительную роль здесь играет ценовой механизм.

Среди наиболее значимых факторов, оказавших негативное влияние на социально-экономическое положение в стране, является налоговая система. Действующая в настоящее время система налогообложения имеет ярко выраженную фискальную направленность, что не только не способствует подъему, но собственно и обусловило создавшуюся обстановку в экономике. Результаты неэффективной рыночной политики ощущают все руководители. Специалисты предлагают различные варианты решения данной проблемы, однако не все экономически целесообразные предложения принимаются на макроуровне.

Анализ положения дел в экономике Украины в настоящий переходный период свидетельствует, что административные органы власти не предпринимают достаточные меры для поддержания отечественного производства посредством соответствующей организационно-экономической и правовой политики. Во многих случаях налоговая политика и особенно методы взимания налогов отягощают положение предприятий, в том числе и государственных. Зачастую некоторые законы вводятся в действие с момента, предшествующего принятию соответствующих документов и решений, и о существовании отдельных из них предприятия узнают только во время проверок. В таких случаях предприятия расплачиваются, в прямом смысле этого слова, выплатой дополнительных налогов, что естественно оборачивается для них ухудшением финансовых результатов на конкретный период и, соответственно, производственной деятельности в будущем, так как они лишаются денежных средств на приобретение оборотных средств, инвестирование прогрессивных начинаний в части обновления производства, выпускаемой продукции.

Возрождение отечественного производства возможно при решении многих на- зревших проблем на макро- и микроуровнях. Это прежде всего: упорядочение за- конодательной базы, обеспечивающей приоритетность развития производственной сферы; совершенствование налоговой системы с целью ее упрощения, упорядоче- ния, введение одного или двух налогов взамен множества налоговых сборов и пла- тежей; предоставление долгосрочных низкотарифных кредитов, в первую оче- редь, промышленным предприятиям на техническое перевооружение, обновление продукции.

На микроуровне в качестве приоритетных в условиях рынка видится необходи- мость постоянного обновления выпускаемой продукции на основе маркетинговых исследований для обеспечения ее конкурентоспособности, соответствия междуна- родному уровню. Это возможно достигнуть путем повышения технического уровня производства, квалификации персонала, внедрения системы мотивации высокоеф- фективного труда сотрудников в соответствии с выполняемыми ими должностными обязанностями взаимосвязано с конечными производственными показателями.

В каждом регионе страны можно привести много примеров предприятий, ус- пешно работающих в сложных экономических условиях. Продукция этих предпри- ятий является конкурентоспособной на мировом рынке. Это стало возможным бла- годаря постоянному поиску и внедрению новых форм и методов управления произ- водством и персоналом предприятия, повышению их квалификации, подготовке для работы в условиях рынка. В Крымском регионе, который казалось бы нельзя отне- сти к промышленной зоне, имеется много предприятий по производству различных видов продукции. Широко развита судостроительная отрасль. За последнее время здесь накопилось много проблем, которые постепенно находят решение и отрасль возрождается по отдельным направлениям деятельности.

Возрождение многих предприятий и отраслей в Крыму воспринимается двояко: необходимость развития экономики требует восстановления промышленного по- тенциала региона с одной стороны, а с другой, вызывает обеспокоенность тот факт, что в Крыму большой удельный вес занимает «вредное» производство в общем его объеме.

Анализируя производственный потенциал Крыма, можно сделать выводы о снижении уровня выпуска товаров народного потребления, удельный вес которых в общем объеме выпускаемой продукции составляет 34,5 %, в том числе непроизвод- ственных – 7,4 %, а в государствах с развитой экономикой этот показатель достигает 60-70 %. При этом большой удельный вес занимают химическая и машинострои- тельная промышленности, что в условиях Крымской рекреационной зоны с мор- ским побережьем является недопустимым. В этой связи необходимость реструкту- ризации промышленного сектора очевидна. И эти вопросы структурно должны ре- шаться на государственном уровне с учетом перспективы регионального развития Украины:

Многие проблемы с переходом на рыночные условия хозяйствования у нас воз- никли, поскольку мы отказались от планирования. Вопреки сложившемуся хороше- го опыту перспективного и текущего планирования при социализме в период пере- стройки было распространено мнение, что планирование, присущее только социали-

стической экономике и полностью себя изжило. Однако мировой опыт доказывает обратное: без планирования, регулирования и прогнозирования рыночная система хозяйствования не может быть эффективной. Саморегулирование рынка может привести к серьезным деформациям в экономических и социальных процессах, что мы и наблюдаем сейчас в Украине.

Ученые, специалисты, руководители предприятий постоянно дискутируют по вопросам дальнейшего развития экономики Украины с учетом сложившихся условий. Многие не возлагают однозначных надежд на рынок. Практически никто не отрицает, что в рыночной системе хозяйствования заложены огромные потенциальные силы жизнестойкости, но ее возможности не могут реализоваться без экономической стратегии, вырабатываемой на государственном уровне.

Как отмечалось выше, наиважнейшим экономическим рычагом управления является материальное стимулирование работников, внедрение системы мотивации высокоеффективного труда. В настоящее время существующую систему оплаты труда во всех структурах, государственных и негосударственных, производственных и непроизводственных, нельзя признать эффективной, нацеливающей на конечные результаты. В государственных предприятиях и учреждениях работники зачастую получают мизерную оплату по сравнению с предпринимательскими структурами, где различными путями достигают получения неучтенных (для налоговых органов, налогообложения) денежных средств, и таким образом, даже при сравнительно малом фактическом обороте, практически имеют солидное материальное вознаграждение. В таких условиях сравнивать результаты труда и оплаты за этот труд практически не представляется возможным.

Оценивая эффективность применения различных стимулирующих систем в сфере труда, необходимо отметить, что заработная плата в нашей стране на данном этапе, то есть в рыночных условиях хозяйствования, равно как и при социализме, не соответствует количеству и качеству произведенной работы. Справедливо будет констатировать, что в рыночных условиях этот разрыв увеличился, зачастую до несопоставимых размеров.

Проблемы управления процессами формирования и распределения заработной платы при плановой системе сводились, в большинстве случаев, к уравниловке в оплате, ограничению максимального размера заработка, что тормозило профессиональный рост индивидуумов, их инициативу, плодило иждивенчество. Рост заработной платы, который имел место, часто не соответствовал результатам интеллектуального или физического труда, что порождало неудовлетворенность способных, творческих людей.

В новых условиях хозяйствования положение с оплатой труда кардинально изменилось. С появлением предпринимательских структур, частные предприниматели могут «регулировать» свою (и наемных работников) зарплату. Однако, отсутствие связи между количеством, качеством труда и получаемым вознаграждением за него непременно ведет к постепенной утрате стимулирующей роли заработной платы. Учитывая новизну хозяйствования в рыночных условиях для нашей страны, необходимо более детальное изучение опыта стран с устоявшейся рыночной экономикой.

На ряде предприятий западных стран действует множество систем материального поощрения, среди которых, например, участие работников в прибылях предприятия. В итальянской практике в организации оплаты труда используются понятия прямой и косвенной заработной платы. В прямую оплату, кроме постоянных элементов, включаются компоненты временного характера: премиальные и ежельные выплаты. Косвенная зарплата содержит выплаты, связанные с результатом труда (годовые премии), за стаж работы и социальные выплаты, связанные с ростом стоимости жизни (по так называемой «скользящей шкале»). На предприятиях Франции понятие «стоимость рабочей силы» включает в себя два элемента: заработную плату и социальные выплаты. Проблемы коллективной заинтересованности французские специалисты решают путем установления прямой зависимости формирования фонда заработной платы от экономических результатов работы предприятия. В качестве критериев для премирования на французских предприятиях используются товарооборот, снижение себестоимости, другие экономические показатели. В американских компаниях все чаще «твёрдая» оплата используется в сочетании с гибкими ее формами. В частности, предусматривается вознаграждение по результатам работы на принципах долевого участия в прибылях. Такая система оплаты побуждает работников к высокой результативности, ставит их заработка в зависимость от успехов предприятия.

Анализ различных стимулирующих систем в странах с развитой рыночной экономикой позволяет сделать выводы о том, что усиление стимулирующей роли заработной платы на предприятиях должно строиться главным образом за счет придачи ей гибкого характера. Гибкая заработная плата, наряду со своей основной задачей – стимулировать индивидуальные результаты труда, позволяет также стимулировать повышение качества продукции и квалификации работников. Кроме того, необходимо оклад руководителей предприятия, управленческих и исполнительских служб поставить в зависимость от уровня выполнения конкретно закрепленных за каждым из них технико-экономических, финансовых показателей фирмы. Именно в этом направлении необходимо строить систему материального вознаграждения на отечественных предприятиях.

АННОТАЦИИ

Василенко В.А. *База оперативного управления в системе функционального менеджмента*

Изложены приемы оперативного менеджмента с помощью функций контроля и регулирования, позволяющие определять допустимые отклонения, в пределах которых подразделения фирмы могут работать устойчиво и достигать запланированные показатели

Ключевые слова: оперативное управление, регулирование, система менеджмента, возмущающие воздействия, устойчивость

Грец О. П. *Экологический банк как элемент рыночной инфраструктуры региональной системы управления природопользованием*

В статье рассмотрены особенности функционирования экологического банка как элемента рыночной инфраструктуры в контексте формирования территориальной системы управления природопользованием, обоснованы основные функции и экономическая роль экологического банка в функционировании экологических фондов.

Ключевые слова: экологический банк, региональная система управления природопользованием, экологический фонд, экологическая инфраструктура

Данилова Е.А. *О стиле языка маркетинговых коммуникаций в Интернете*

В статье описан механизм функционирования языка в процессе маркетинговых коммуникаций, исследованы прагматические аспекты общения. Статья иллюстрирована примерами связи текста с общением и деятельностью, особо отмечается, что образовательный уровень пользователей Интернет требует высокой степени информативности рекламных и маркетинговых текстов.

Дихтярь А.И. *Квалифицированные кадры как главная цель информационного и образовательного менеджмента для экономики Крыма*

Статья рассматривает проблемы информационного и образовательного менеджмента в производстве квалифицированных кадров для экономики Крыма в контексте мировых тенденций и опыта

Ключевые слова: бизнес-образование, туризм, моделирование, менеджер, маркетинг

Дударь А.П. *Управление конкурентоспособностью торгового предприятия в условиях становления рыночных отношений*

В статье исследуются проблемы экономической категории и конкурентоспособность торгового предприятия. Особое внимание уделяется анализу уровня конкурентоспособности, факторов внешней и внутренней среды конкурентоспособных преимуществ на внешнем или внутреннем рынке, определяющих стратегию управления торговым предприятием в условиях становления рыночной экономики.

Ключевые слова: конкурентоспособность, управление, торговые предприятия, конкурентная борьба, конкурентные преимущества, факторы внутренней и внешней среды, стратегия.

Крамаренко В.И. *О становлении системы ипотечного жилищного кредитования в Украине*

В статье исследуются модели возможной системы финансирования жилищного сектора в условиях переходной экономики.

Ключевые слова: ипотека, ипотечное кредитование, контрактные стройбержежения, ипотечная компания.

Мацебера С.А. *Проблемы моделирования эколого-экономической системы региона*

В статье рассматриваются проблемы построения сложной эколого-экономической системы региона. Особо отмечено описание взаимодействия экономики и социальной сферы с окружающей природной средой. Затронуты вопросы математического моделирования сложных эколого-экономических систем.

Ключевые слова: экономика, экология, математическое моделирование, эколого-экономическая система, информационная база.

Миронова Т.Л. *Реформирование системы государственной службы Украины*

В статье отражены стратегические направления совершенствования системы государственной службы Украины.

Ключевые слова: государственная служба, оптимизация управления, профессиональная подготовка и переподготовка кадров.

Нагорская М.Н. Основы эффективного менеджмента на современном этапе

В работе анализируются современные подходы к управлению производственным процессом. Рассмотрены причины и следствия неэффективного управления в промышленности. Предложены основные направления структуризации производственного процесса.

Ключевые слова: менеджмент, персонал, предприниматель, бизнес-инкубатор, малое предпринимательство.

Подсолонко В.А., Подсолонко Е.А., Мартовой А.В. Организационные основы реструктуризации развития экономики Украины и ее регионов

Рассмотрены организационные основы реструктуризации отечественной экономики. Проанализировано влияние количественного развития экономики на эффективность отраслей деятельности и их финансовые результаты. Определены причины развития отечественной экономики. Предложены организационные решения реструктуризации сфер хозяйствования в стране и регионах с учетом собственных приоритетов.

Ключевые слова: реструктуризация, организация, отрасли хозяйствования

Пушкирева Е. В. Роль организационной культуры в обеспечении эффективности туристского менеджмента

В статье обоснована необходимость совершенствования организационной культуры для повышения эффективности управления туристскими предприятиями. Раскрыты принципы корпоративной культуры. Определены основные нормы и элементы управленческой культуры.

Ключевые слова: управление, организационная культура, эффективность, управленческая культура

Ротанов Г.Н. Роль инновационного и адаптивного факторов в общей функции управления предприятием

В работе рассматривается место и роль адаптивного и инновационного факторов в общей функции управления предприятием, а также возрастающая роль данных факторов в современных условиях.

Ключевые слова: менеджмент, инновация, адаптивность.

Скоробогатова Т.Н, Вязовик С.М. Информационное обеспечение процесса создания товара

В статье подчеркивается роль информационного обеспечения в современной экономике как важнейшего фактора конкурентоспособности. Авторы рассматривают специфику научно-технической и коммерческой информации, необходимой при разработке товара. Анализируются все этапы создания и реализации нового товара в аспекте информационного обеспечения.

Ключевые слова: информационное обеспечение, разработка товара, нововведение, потребитель.

Сухотерина Т.З. Региональная программа развития малого предпринимательства как инструмент государственной региональной политики

В статье проанализированы приоритетные направления реализации региональной программы развития малого предпринимательства в АРК.

Ключевые слова: малое предпринимательство, региональная программа, система поддержки.

Процай А. Ф. Интеграционная поддержка малого предпринимательства

В статье описаны виды и формы интеграционной поддержки малого предпринимательства.

Ключевые слова: малое предпринимательство, франчайзинг, лизинг, венчурное финансирование

Пашенцев А.И. Причины кризиса экономики Украины

Проведен анализ кризисной ситуации в экономике Украины, рассмотрены основные концепции структурной перестройки экономики страны, инструменты макроэкономической стабилизации в Украине.

Ключевые слова: структурная перестройка экономики, инструменты макроэкономической стабилизации, ценовые перекосы, добровольный рыночный кредит, квазирыночный кредит.

Федишин А.Я. Инновационное развитие предприятия как фактор обеспечения его конкурентоспособности

В статье рассматривается роль инноваций в деятельности предприятия а также место инновационной стратегии предприятия среди видов конкурентных стратегий. Особое внимание уделяется процессу разработки инновационной стратегии и факторам, определяющим ее выбор.

Ключевые слова: инновация, инновационная стратегия, конкурентная стратегия, инновационный потенциал, теория жизненного цикла, адаптационная стратегия, имитационная стратегия, наступательная стратегия

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Василенко В.А., доцент кафедры менеджмента и маркетинга, к.т.н.

Вязовик С.М., ассистент кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности

Грец О.П., доцент кафедры государственного и регионального управления, к.г.н.

Данилова Е.А., доцент кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности, к.ф.н.

Дихтярь А.И., ст. преподаватель кафедры государственного и регионального управления

Дударь А.П., директор Симферопольского техникума КНЭУ, доцент, к.п.н.

Крамаренко В.И., зав. кафедрой менеджмента внешнеэкономической деятельности, д.э.н., профессор

Мартовой А.В., ассистент кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности

Мацебера С.А., доцент кафедры государственного и регионального управления, к.э.н.

Миронова Т.Л., зав. кафедрой менеджмента и маркетинга, к.э.н.

Нагорская М.Н., зав. кафедрой теории экономики и управления, д.э.н.

Пашенцев А.И., доцент кафедры теории экономики и управления, к.э.н.

Подсолонко В.А., зав. кафедрой менеджмента и маркетинга, д.э.н., профессор

Подсолонко Е.А., доцент кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности, к.э.н.

Процай А.Ф., ст. преподаватель кафедры государственного и регионального управления

Пушкарева Е.В., ст. преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга

Ротанов Г.Н., ст. преподаватель кафедры государственного и регионального управления

Скоробогатова Т.Н., доцент кафедры теории экономики и управления, к.э.н.

Сухотерина Т.З., зам. Министра экономики АР Крым

Федишин А.Я., аспирант кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности

Чигидин О. Д., директор завода "Продмаш"

СОДЕРЖАНИЕ

| |
|--|
| Василенко В.А. База оперативного управления в системе функционального менеджмента ... 3 |
| Грец О.П. Экологический банк как элемент рыночной инфраструктуры региональной системы управления природопользованием 10 |
| Данилова Е.А. О стиле языка маркетинговых коммуникаций в Интернете 15 |
| Дихтярь А.И. Квалифицированные кадры как главная цель информационного и образовательного менеджмента для экономики Крыма 23 |
| Дударь А.П. Управление конкурентоспособностью торгового предприятия в условиях становления рыночных отношений..... 32 |
| Крамаренко В.И. О становлении системы ипотечного жилищного кредитования в Украине 40 |
| Мацебера С.А. Проблемы моделирования эколого-экономической системы региона 45 |
| Миронова Т.Л. Реформирование системы государственной службы Украины 50 |
| Нагорская М.Н. Основы эффективного менеджмента на современном этапе 55 |
| Подсолонко В.А., Подсолонко Е.А., Мартовой А.В. Организационные основы реструктуризации развития экономики Украины и ее регионов..... 64 |
| Пушкарева Е. В. Роль организационной культуры в обеспечении эффективности туристского менеджмента 70 |
| Ротанов Г.Н. Роль инновационного и адаптивного факторов в общей функции управления предприятием 74 |
| Скоробогатова Т.Н., Вязовик С.М. Информационное обеспечение процесса создания товара..... 79 |
| Сухотерина Т.З. Региональная программа развития малого предпринимательства как инструмент государственной региональной политики 85 |
| Процай А. Ф. Интеграционная поддержка малого предпринимательства..... 90 |
| Пашенцев А.И. Причины кризиса экономики Украины..... 100 |
| Федшин А.Я. Инновационное развитие предприятия как фактор обеспечения его конкурентоспособности 106 |
| Чигидин О.Д. Развитие промышленности в рыночных условиях..... 112 |



УЧЕНЫЕ ЗАПИСКИ

ТАВРИЧЕСКОГО
НАЦИОНАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА
им. В. И. Вернадского

Том 14 (53). № 2
Экономика

Симферополь
2011