

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Конкурентность, эффективность, проектный менеджмент

МОНОГРАФИЯ



**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ
СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ:
КОНКУРЕНТНОСТЬ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ,
ПРОЕКТНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

Монография

**Под общей редакцией доктора экономических наук,
профессора Л. В. Соколовой**

**Харьков
2016**

УДК 65.011: 330.322
ББК У 291
А 43

*Рекомендовано к печати Ученым советом
Харьковского национального университета радиоэлектроники
(Протокол № 10 от 25.12.2015г.)*

Рецензенты:

Т.И. Лепейко, д-р экон. наук, проф., зав. каф. менеджмента и бизнеса Харьковского национального экономического университета имени Семена Кузнеця;

С.Н. Ильяшенко, д-р экон. наук, проф., зав. каф. маркетинга и управления инновационной деятельностью Сумского государственного университета;

А.В. Манойленко, д-р экон. наук, проф., зав. каф. экономического анализа и учета Национального технического университета «ХПИ».

Авторский коллектив:

Соколова Л.В. – д.э.н., профессор (введение, разд.1, пп. 2.5, пп. 3.1.1, 3.2, 3.3, 3.7, разд. 4);

Полозова Т.В. – к.э.н., доцент (введение, пп. 1.2, пп. 2.4, пп. 3.5);

Верясова А. Н. – ст. преп. (пп. 1.1, 1.4, пп. 3.1.2, 3.3, заключение);

Соколов О. Е. – соискатель (пп. 1.1, 1.3, 1.4, пп. 2.1–2.3, 2.6, 2.7, пп. 3.2–3.4, 3.6, 3.7)

Актуальные проблемы развития современного предприятия: конкурентность, эффективность, проектный менеджмент: монография / Л. В. Соколова, Т. В. Полозова, А. Н. Верясова, О. Е. Соколов; под общ. ред. д.э.н. профессора Л. В. Соколовой. – Х. : ФОП Коряк С. Ф., 2016. – 302 с.

ISBN 978-966-97519-3-5

Монография включает такие основные вопросы как оценка конкурентоспособности, эффективности, управления инновационно-инвестиционными проектами. Определенное внимание уделено концептуальным основам создания теоретико-методологической базы понимания основ процесса управления предприятием, что предоставляет возможность разработки необходимого инструментария для эффективного управления предприятием. Рассмотрены и методически подкреплены вопросы использования современных методов и моделей обеспечения эффективного функционирования промышленных предприятий, их конкурентоспособности, выбора оптимальных инновационно-инвестиционных проектов. Материал базируется на современных теориях конкуренции, экономики предприятия, эффективности, проектного менеджмента, отечественном и зарубежном опыте управления предприятием в условиях изменчивой внешней среды.

Для научных сотрудников, предпринимателей, аспирантов, студентов и слушателей вузов, а также всех, кто занимается или интересуется теоретическими и практическими аспектами экономики и менеджмента современного промышленного предприятия.

Все права защищены. Никакая часть этой книги не может быть воспроизведена в любой форме без письменного разрешения правообладателя.

УДК 65.011: 330.322
ББК У 291

ISBN 978-966-97519-3-5

© Соколова Л.В., Полозова Т.В.,
Верясова А.Н., Соколов О.Е., 2016
© ФОП Коряк С. Ф., 2016.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЕ.....	8
1.1. Предприятие – открытая мобильная социально-экологически ориентированная система	8
1.2. Формирование понятийно-терминологической базы научного исследования.....	21
1.3. Модель определения конкурентного статуса промышленных предприятий на рынке.....	41
1.4. Анализ научно-методических подходов к оценке конкурентного потенциала предприятия	52
1.5. Графическая поддержка оценивания конкурентоспособности предприятия.....	66
Литература к 1 разделу	84
РАЗДЕЛ 2. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.....	98
2.1. Анализ эффективности функционирования предприятий	98
2.2. Научно-методическое обеспечение расчета интегрального показателя оценки эффективности деятельности предприятия.....	104
2.3. Применение теории нечетких множеств для оценки показателей рентабельности предприятия.....	112
2.4. Концептуальная модель экономической диагностики результатов деятельности предприятия.....	121
2.5. Научно-методические рекомендации проведения диагностики кризисного состояния промышленного предприятия.....	146

2.6. Формирование комплекса антикризисных мероприятий на предприятии по результатам диагностики.....	155
2.7. Обеспечение эффективности деятельности предприятия: инвестиционный аспект.....	160
Литература к 2 разделу	169
РАЗДЕЛ 3. ПРОЕКТНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ.....	182
3.1. Маркетинговая интеграция инвестиционного проекта.....	182
3.1.1. Общая характеристика маркетинга проекта.....	182
3.1.2. Оценка инновационно-инвестиционной привлекательности предприятий.....	189
3.1.3. Оценка рыночной привлекательности продукции промышленного предприятия.....	198
3.2. Оценка уровня конкурентоспособности товара на этапах его жизненного цикла.....	202
3.3. Выбор эффективных маркетинговых инновационно-инвестиционных проектов.....	213
3.4 Комбинированный метод оценки проектных рисков.....	224
3.5. Моделирование процесса принятия решений по выбору оптимального варианта проекта в условиях инфляции и риска.....	236
3.6. Анализ неальтернативных инвестиционных проектов.....	246
3.7. Методические подходы к формированию оптимального инвестиционного портфеля инвестора.....	253
Литература к 3 разделу.....	262
4. БИЗНЕС-ПЛАН ПРОЕКТА РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.....	274
Литература к 4 разделу	286
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	288

ВВЕДЕНИЕ

Современный деловой мир характеризуется высокой степенью непредсказуемости, изменчивости, подвижности, рынки сбыта продукции характеризуются обострением конкуренции, усложнением своей структуры и взаимосвязей производителей и инфраструктурных субъектов. Это обуславливает высокую степень флуктуации факторов внешней среды и, как следствие, вынуждает руководство промышленных предприятий обеспечивать конкурентные преимущества и эффективность деятельности, повышать инновационную и инвестиционную активность на основе внедрения оптимальных проектов.

В настоящее время каждое предприятие, как открытая система, должно быть гибким, мобильным, адаптивно реагирующим на непредсказуемые вызовы внешнего окружения. Среди совокупности важных проблем, стоящих перед промышленными предприятиями, акцентируется внимание на выборе таких, как: обеспечение конкурентоспособности; обеспечение эффективности деятельности; управление проектами развития; бизнес-планирование, что и определило выбор направлений данного научного исследования.

Исходя из степени актуальности данной проблематики, целью данного издания является теоретическое обобщение научно-методических разработок в области управления развитием современного предприятия в контексте «конкурентность, эффективность, проектный менеджмент».

Первый раздел монографии посвящен исследованию теоретико-методологических аспектов развития современного промышленного предприятия в конкурентной среде. Здесь рассмотрены вопросы функционирования предприятия как открытой мобильной социально-экологически ориентированной системы. На основе системного подхода сформирована понятийно-терминологическая база научного исследования.

В контексте предложенной теории конкурентности: разработана модель определения конкурентного статуса промышленных предприятий на рынке; осуществлен критический анализ научно-методических подходов к оценке конкурентного потенциала предприятия; выполнена графическая поддержка оценивания конкурентоспособности предприятия.

Во втором разделе научного издания рассмотрен комплекс вопросов, связанных с оценкой эффективности деятельности промышленного предприятия. В рамках этого направления исследования предложено научно-методическое обеспечение в области: анализа и оценки эффективности функционирования предприятия с применением экономико-математических методов и моделей; разработаны практические рекомендации по проведению диагностики кризисного состояния и формированию комплекса антикризисных мероприятий промышленного предприятия по результатам диагностики.

Третий раздел монографии посвящен теоретическим и практическим аспектам проектного менеджмента. Основываясь на базовой понятийно-терминологической подсистеме данного направления, рассмотрены вопросы оценки инновационно-инвестиционной привлекательности предприятия, рыночной привлекательности продукции предприятия, выбора эффективных маркетинговых инновационно-инвестиционных проектов. Предложены научно-методические подходы: к оценке и выбору оптимального варианта проекта в случае альтернативности анализируемой совокупности проектов или различной продолжительности их реализации с учетом влияния инфляции, риска; к формированию комбинированного метода оценки проектных рисков; к формированию оптимального инвестиционного портфеля инвестора.

В завершающем разделе монографии рассмотрены вопросы бизнес-планирования проекта развития современного предприятия как инструмента принятия эффективных управленческих решений, направленных на

разработку стратегических направлений развития предприятия в краткосрочной и долгосрочной перспективе.

Представленный в монографии материал базируется на современных теориях конкуренции, экономики предприятия, эффективности, проектного менеджмента, отечественном и зарубежном опыте управления предприятием в условиях изменчивости внешней среды.

Данное научное издание представляет интерес для научных сотрудников, преподавателей, аспирантов, магистров, студентов и слушателей высших учебных заведений, предпринимателей, а также всех, кто занимается или интересуется разработками и внедрением современных научных подходов в области экономики и управления современного промышленного предприятия.

РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЕ

1.1. Предприятие – открытая мобильная социально-экологически ориентированная система

Основным производственно-хозяйственным звеном национальной экономики в соответствии с Хозяйственным кодексом Украины является предприятие – «самостоятельный субъект хозяйствования, созданный компетентным органом государственной власти или органом местного самоуправления, или другими субъектами для удовлетворения общественных и личных потребностей путем систематического осуществления производственной, научно-исследовательской, торговой, другой хозяйственной деятельности в порядке, предусмотренном настоящим Кодексом и другими законами» [1, с. 48].

Предприятия действуют на основе Устава и могут создаваться как для осуществления предпринимательства, так и для некоммерческой хозяйственной деятельности. Предприятие является юридическим лицом, имеет обособленное имущество, самостоятельный баланс, счета в учреждениях банков, печать со своим наименованием и идентификационным кодом и не имеет в своем составе других юридических лиц. В зависимости от форм собственности в Украине могут действовать предприятия таких видов: частное предприятие, действующее на основе частной собственности граждан или субъекта хозяйствования (юридического лица); предприятие, действующее на основе коллективной собственности (предприятие коллективной собственности); коммунальное предприятие, действующее на основе коммунальной собственности территориальной общины; государственное предприятие (создается по решению уполномоченного органа власти и действует на основе государственной собственности);

предприятие, основанное на смешанной форме собственности (создается путем объединения имущества разных форм собственности) [2, с. 21].

В случае, если в уставном фонде предприятия иностранная инвестиция составляет не менее десяти процентов, оно признается предприятием с иностранными инвестициями. Предприятие, в уставном фонде которого иностранная инвестиция составляет сто процентов, считается иностранным предприятием.

В зависимости от способа образования и формирования уставного фонда в Украине действуют предприятия унитарные и корпоративные. Унитарное предприятие создается одним учредителем, который выделяет необходимое для этого имущество, формирует в соответствии с законом уставный фонд, не разделенный на доли, утверждает устав, распределяет доходы, непосредственно или через руководителя, который им назначается, руководит предприятием и формирует его трудовой коллектив, решает вопросы реорганизации и ликвидации предприятия. Корпоративное предприятие образуется, как правило, двумя или более учредителями по их общему решению, действует на основе объединения имущества и/или предпринимательской или трудовой деятельности учредителей, их совместного управления делами, на основе корпоративных прав, в том числе через органы, которыми создаются, участия учредителей в распределении доходов и рисков предприятия. Предприятие не имеет в своем составе других юридических лиц.

В соответствии с откорректированной ст. 55 Хозяйственного кодекса Украины относительно классификации предприятий в зависимости от объема годового дохода предприятия и среднегодовой численности его работников [1] в настоящее время выделяют такие виды субъектов предпринимательства, как крупные, средние, малые и микросубъекты [3].

Объектом исследования является промышленное предприятие – самостоятельный субъект хозяйствования с правами юридического лица,

использующего свои ресурсы с целью выпуска и реализации необходимой рынку продукции, выполнения работ, оказания услуг. Приказом Госстандарта Украины № 441 от 22.10.96 утвержден и введен в действие с 01.07.97 Государственный классификатор Украины «Классификация видов экономической деятельности» (КВЭД), на замену которого разработан Национальный классификатор ДК 009: 2005 [4]. Целью его разработки является приведение классификатора в соответствие с новой редакцией базовой международной статистической Классификации видов деятельности NACE (Rev.1.1 – 2002), с которой гармонизированная КВЭД позволяет осуществлять просмотр определенных позиций национального уровня КВЭД. NACE (Nomenclature Generale des Activites economiques dans la Communaute Europeenne) – номенклатура основных видов экономической деятельности в рамках Европейского Союза. Степень гармонизации: КВЭД является идентичной NACE (Rev.1.1 – 2002) на уровне класса. Объектами классификации в КВЭД являются виды экономической деятельности статистических единиц (юридических лиц, обособленных подразделений юридических лиц, физических лиц-предпринимателей и т.д.), которые на высших уровнях классификации группируются в отрасли.

Для описания экономики государства Классификацию видов экономической деятельности построено так, что выделенные объекты охватывают все или почти все виды деятельности, которые осуществляются в любой отрасли хозяйства. Предприятия, производящие машины, оборудование, аппараты и приборы для всех отраслей народного хозяйства, продукцию оборонного значения, а также предметы народного потребления [5, с. 13], относятся к области машиностроения. По классификации КВЭД машиностроительные предприятия относятся к обрабатывающей промышленности [4].

Сейчас функционирование предприятий связано с резкими изменениями во внешней среде, конъюнктуре рынка, требующих выпуска

новой продукции (услуг), которая удовлетворяет потребности потребителей и организации ее сбыта в условиях конкуренции. В связи с особенностями современного состояния развития экономической науки вопросы методологии экономики предприятия, как и проблемы управления эффективностью и конкурентоспособностью предприятия в условиях рынка приобретают особую актуальность.

В современных условиях хозяйствования постоянно растет сложность производственных, маркетинговых, управленческих, коммерческих проблем предприятия. Это приводит к тому, что на современном этапе конкурентоспособная деятельность предприятия становится невозможной без активизации его маркетинговой деятельности, регулярного проведения диагностических мероприятий, своевременной оценки эффективности коммерческой, а также маркетинговой деятельности, управления процессом повышения конкурентоспособности производимой продукции, в условиях меняющейся, нестабильной внешней и внутренней среды.

Характерными признаками рыночной деятельности современного предприятия-товаропроизводителя являются: ориентация на товарные рынки, что требует гибкого и постоянного реагирования на изменения условий сбыта; «ситуационное управление», которое предполагает принятие стратегических решений по мере выявления потенциальных проблем сбыта. При этом предприятие стремится заранее спрогнозировать варианты возможных ситуаций на рынке и иметь в своем «портфеле» набор возможных стратегических решений; эффективное функционирование системы непрерывного сбора и обработки маркетинговой информации; активное воздействие на государственную политику и рынок с целью своевременного формирования спроса на реализуемую продукцию; формирование системы стимулирования инновационной активности персонала предприятия, оперативное внедрение наиболее конкурентоспособных идей; активизация инновационной и инвестиционной деятельности; стремление к обеспечению

результативной, эффективной деятельности, направленной на достижение экономических и экологических целей, проектов и программ, разработанных на основе принципов экоэффективности и экосправедливости; активное развитие интрапренерства, обеспечивающее предприятию получение дополнительной прибыли; ориентация на достижение долгосрочного коммерческого успеха, что обеспечивает предприятию относительную независимость от состояния рынка в периоды временного ухудшения конъюнктуры рынка [2, 6, 7].

Целесообразно заметить, что концепция интрапренерства в последнее время получает активное развитие на крупных и средних предприятиях. Интрапренерство – это предпринимательская деятельность, направленная на получение компанией дополнительной прибыли за счет использования её внутренних ресурсов путем удовлетворения потребностей внешних и внутренних заказчиков, которая осуществляется небольшими группами руководителей и специалистов организации, берущих на себя роль предпринимателей для реализации бизнес-идей или инновационных проектов. Интрапренерские подразделения имеют право оказывать услуги как другим подразделениям в своей организации на хозрасчетной основе, так и самостоятельно выходить со своей продукцией или услугой на рынок вне данной организации.

С позиций системного подхода предприятие является открытой социально-экологически ориентированной, экономической, сложной, самостоятельной, дискретной системой. Основными ее свойствами являются следующие: первичность целого, иерархичность, вертикальная целостность и горизонтальная обособленность, сложность структуры, взаимосвязь системы и внешней среды, степень самостоятельности, открытость и совместимость, целеустремленность и наследственность, надежность и оптимальность, приоритет качества и интересов системы более высокого уровня, неопределенность информационного обеспечения, эмерджентность и

мультипликативность, синергичность, инерционность и организованность, уровень стандартизации, инновационный характер развития, адаптивность, непрерывность и альтернативность путей функционирования и развития [8].

Любой экономический объект характеризуется набором основных параметров, которые определяют место и роль данного объекта в процессе его рыночной деятельности и отличают его от всех остальных. Выделяя некоторый объект из группы объектов для наиболее точного исследования, необходимо отразить более широко его связи со всеми другими объектами, совокупность которых определим как внешнее окружение по отношению к объекту, который рассматривается, или к системе. Определим систему как группу объектов, характеризующихся определенными общими качествами, которые дают возможность рассматривать данную систему в значительной степени изолированно.

Взаимосвязь данной системы с внешним окружением является двусторонней, что определяется наличием прямых и обратных связей. Система функционирует под прямым влиянием внешнего окружения (прямые связи) и, в свою очередь, влияет на процессы, происходящие во внешней среде (обратные связи).

Выделяя некоторую группу из объектов производства в качестве системы для более точного исследования, необходимо отразить связи данной системы с другими объектами, которые в своей совокупности создают внешнее окружение по отношению к рассматриваемой системе. Характерными чертами внешнего окружения являются следующие: сложность – численность и разнообразие факторов, на воздействие которых должно реагировать предприятие, является весьма значительным. Анализ внешних воздействий и определение ключевых факторов по той или иной проблеме, как правило, требует значительного времени и усилий; мобильность – все объекты и процессы среды находятся в постоянном движении, то есть они непрерывно требуют изменений; взаимосвязь

факторов внешнего окружения – изменения одного фактора ведут к изменениям многих других; турбулентность – изменения во внешнем окружении происходят с высокой степенью непредсказуемости, что во многом обусловлено неспособностью менеджеров заблаговременно проанализировать цепочки происходящих взаимосвязей; неуправляемость внешнего окружения – предприятие имеет достаточно ограниченные возможности влиять на внешний контекст своей деятельности и может только частично стабилизировать свое окружение на рынке. В основном, необходимо постоянно адаптироваться к изменениям, которые протекают вокруг, то есть изменяться самому [8, 9].

В общем виде авторскую концептуальную модель, которая отображает связи между входом и выходом системы, внутренние системные связи и связи СУ ЭКБП – системы управления эффективностью, конкурентоспособностью и безопасностью предприятия с внешним окружением, приведено на рис. 1.1. Следует заметить, что состав основных функциональных сфер деятельности предприятия зависит от организационной структуры управления и его вида как субъекта предпринимательства в соответствии с требованиями [3].

Приведем описание данной системы с точки зрения такой совокупности ее характеристик: вид экономической деятельности (ЭД) – производство машин и оборудования; указание класса объекта – машиностроительное предприятие; перечень основных этапов производства – заготовка, обработка и сборка, которые объединяются производственной структурой машиностроительного предприятия и обуславливают наличие таких подсистем, как управление финансами, управление кадрами, управление производством продукции, управление НИОКР, управление маркетингом и логистикой; основные параметры системы – показатели, которые выделяют эту систему среди множества других систем, являются обычно постоянными или мало меняющимися во времени величинами, то

есть это такие характеристики системы, которые меняются вместе с изменением самой системы.

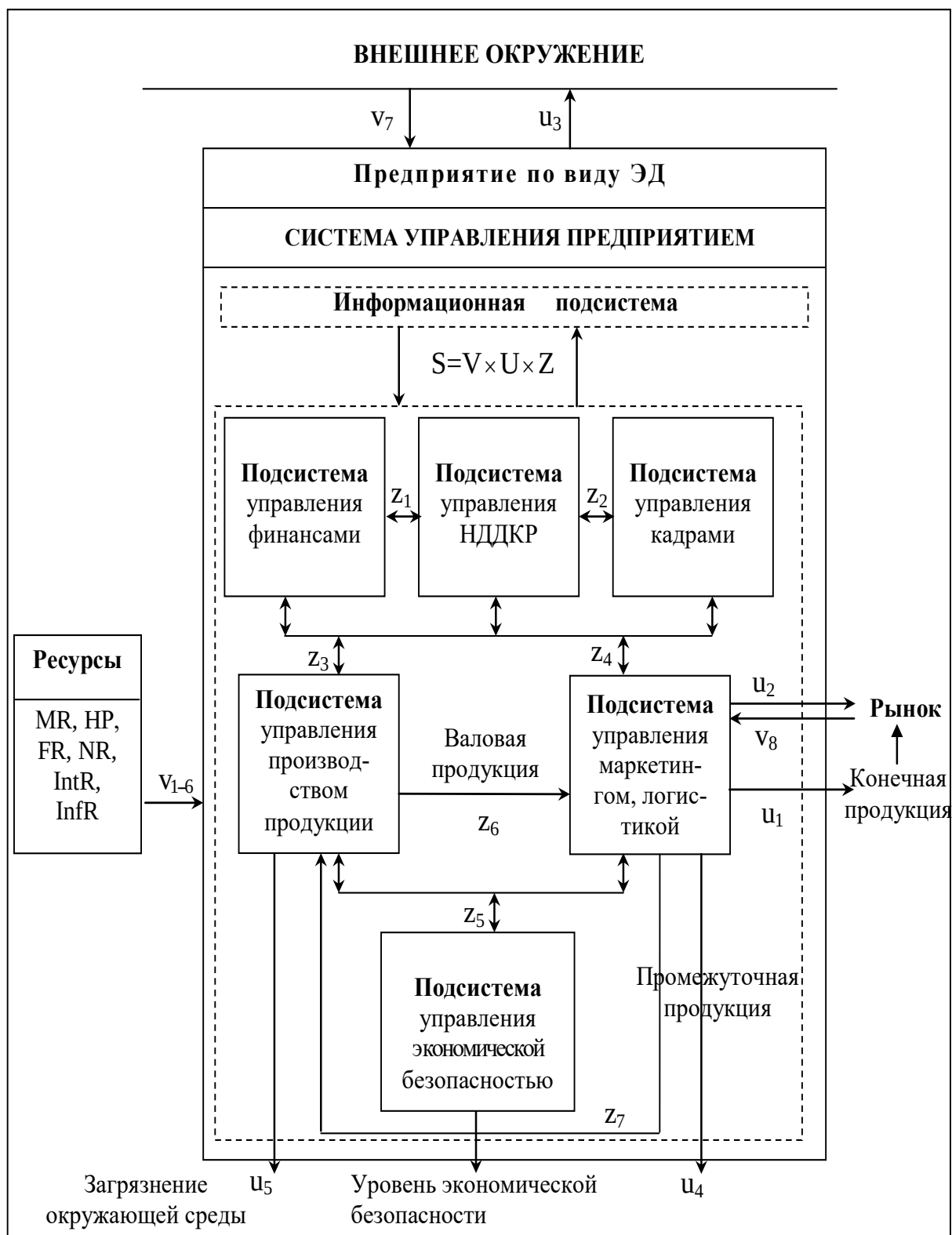


Рисунок 1.1 – Концептуальная модель предприятия как открытой мобильной системы

Источник: авторская разработка

В рамках предприятия используются экономические ресурсы – совокупность основных структурных элементов его экономического потенциала, которые применяют для достижения конкретных целей экономического и социального развития.

Экономические ресурсы предприятия, привлекаемые в хозяйственный оборот, подразделяются на: MR – материальные; FR – финансовые; HR – трудовые; InfR – информационные; IntR – интеллектуальные; NR – природные [2, с. 33-34].

При этом функционирование современного экологически ориентированного предприятия должно базироваться на принципах экологического менеджмента, который является частью общей системы менеджмента предприятия, включающей организационную структуру, планирование деятельности, распределение ответственности, практическую работу, а также процедуры, процессы и ресурсы для разработки, внедрения, оценки достигнутых результатов реализации и совершенствования экологической политики, целей и задач [6].

Система в процессе своего функционирования превращает входные данные и производит новые величины, которые можно классифицировать по степени их влияния на окружающую среду. Совокупность воздействия внешней среды на систему образует входные данные, или входные показатели системы. Выходные данные (показатели), которые производит система, делятся на две группы. К первой группе относятся показатели, которые непосредственно влияют на окружающую среду, определяют роль и значение системы. Ко второй группе относятся показатели состояния системы, которые играют большую роль для дальнейшего ее функционирования и характеризуют ее внутреннюю способность по решению поставленных перед ней задач – обеспечить конкурентоспособность предприятия и эффективность его деятельности.

Показатели, состоящие из исходящих, входящих данных и показателей состояния системы, меняются в процессе ее функционирования и по времени. Целесообразно данную систему показателей рассматривать как сбалансированную систему, которая содержит показатели, отражающие достигнутые предприятием результаты, и показатели, способствующие получению этих результатов. Обе категории показателей должны быть связаны между собой, так как для достижения первых (например, определенного уровня производительности труда) необходимо реализовать другие (например, обеспечить запланированный уровень загрузки производственных мощностей оборудования). На практике внимание менеджеров обычно фокусируется на показателях первой категории.

Информационные потоки связывают между собой отдельные элементы, подсистемы общей системы управления предприятием непосредственно или опосредованно через промежуточные звенья. Связи между элементами системы могут осуществляться как «по вертикали», так и «по горизонтали». В целом систему управления предприятием можно представить в виде упорядоченной последовательности элементов, каждый из которых является самостоятельной подсистемой относительно элементов, расположенных на одной горизонтали с данным элементом. В то же время элементы одной горизонтали являются составными относительно системы более высокого порядка, расположенной выше по горизонтали. Например, маркетинговая подсистема является сложной системой, включающей такие элементы, как исследование рынка, внутрифирменные исследования, разработку стратегии и тактики, ценообразования, сбыт, коммуникации, товар (формирование товарной политики и бюджета). В свою очередь каждый из этих элементов является комплексным. Так, коммуникационная составляющая содержит следующие блоки: реклама, личная продажа, пропаганда, стимулирование сбыта, взаимоотношения фирмы с окружающей

средой. Исследование рынка, например, включает: изучение спроса (потребителя), конкуренции, окружающей среды и тому подобное.

Управляемым объектом в общей системе управления предприятием являются его подразделения, а управляющим объектом – топ-менеджмент компании. Целью управления системой априори избран коэффициент жизнедеятельности предприятия – интегральный показатель, который характеризуется зависимостью от уровня конкурентоспособности предприятия на конкретном товарном рынке и уровня его эффективности.

Данная система управления характеризуется стохастическим характером взаимодействия между своими элементами, что достаточно затрудняет получение количественных характеристик производственных процессов и явлений. Любое изменение одной из характеристик процессов, имеющих место (например, проведен комплекс мероприятий по изучению конкуренции на конкретном товарном рынке, выход в который желателен для предприятия), ведет к изменениям некоторых связанных с ним характеристик (например, освоение производства товаров рыночной новизны, подготовка кадров, изменение системы планирования и др.). Это вызывает определенную цепную реакцию, которая в итоге касается каждого из элементов системы на любом уровне иерархии с разной степенью интенсивности. Особенности связей элементов системы обуславливают необходимость применения функционального системологического подхода к изучению системы, который заключается в исследовании способов организации элементов данной системы в единое целое и влияния процессов функционирования этой системы в целом на ее составные элементы, подсистемы, блоки.

Для описания системы – совокупности объектов, объединенных общими качествами, построим модель, которая с определенной степенью точности отражает процессы, происходящие в реальной производственной системе [2, с. 32-33]. Входы в систему имеют разный характер и образуют

некоторое множество возможных значений входных величин $\{v_i\} \in V$, где v_i – i -ый вход системы. Так, v_1 – это трудовые ресурсы (HR), v_2 – материальные ресурсы (MR), v_3 – финансовые ресурсы (FR), v_4 – природные ресурсы (NR), v_5 – интеллектуальные ресурсы (IntR), v_6 – информационные ресурсы (IR), v_7 – информационные потоки из внешней среды, v_8 – информационные потоки по результатам маркетинговых исследований рынка.

Выходы системы образуют множество возможных значений выходных величин $\{u_j\} \in U$, где u_j – j -й выход системы. Так, u_1 – информация о конечной продукции предприятия, u_2 – маркетинговая информация, полученная по результатам исследования рынка, u_3 – статистическая отчетность предприятия и другая внутренняя информация, в которой заинтересованы внешние ее пользователи (акционеры, инвесторы, страховые компании, контрагенты, инвестиционные компании, банковские учреждения и т.п.), u_4 – межотраслевые потоки продукции, вырабатываемые данным предприятием для использования в производственных процессах предприятий других отраслей (видов экономической деятельности), u_5 – информация о степени загрязнения окружающей среды.

Внутреннее состояние системы характеризуется величинами z_i , где $\{z_i\} \in Z$. Так, $z_1 \div z_5$ – информационные потоки, характеризующие взаимосвязи между подсистемами СУ ЭКБП, z_6 – информация о выпуске валовой продукции предприятия, z_7 – потоки продукции, которые произведены данным предприятием для внутреннего использования.

Следует заметить, что система имеет в общем виде V входов и U выходов. В данном случае количество V и U ограничено, что обусловлено авторским подходом к формированию данной системы и выбором наиболее важных с нашей точки зрения входных и выходных величин и самих характеристик системы. Для экономической системы, которой и является рассматриваемая система, множество различных возможных значений входных величин всегда состоит из конечного множества элементов. Это

происходит потому, что для экономических величин характерным является дискретный характер, то есть они выражаются в определенных натуральных и денежных единицах.

Обозначим реальную систему S_1 , а модель реальной системы – S_2 . Для описания системы S_2 используется часть характеристик системы S_1 . Поэтому система S_2 гомоморфна системе S_1 . Гомоморфизм здесь может быть разным, то есть реальная система может иметь различные модели S_2 . Если предположить, что входной показатель может быть задано числом, буквой, словом, чертежом, рисунком, то в этом случае считают, что вход является набором V признаков, каждый из которых имеет любой вид с приведенного перечня. Такой набор показателей называется кортежем системы, то есть кортеж – это совокупность показателей, характеризующих состояние системы [10].

Входной кортеж данной системы обозначим $V = \langle v_1; \dots; v_n \rangle$, то есть множество возможных значений входов представляет собой некоторое множество кортежей длины n , которое обозначим через V . Таким образом, запись $v \in V$ означает, что рассматривается возможное значение входа – кортеж v .

Аналогично рассматривается множество возможных выходов системы U , множество возможных показателей внутреннего состояния Z , а u и z – соответственно является кортежем выхода и кортежем внутреннего состояния системы. Тогда задачей трех кортежей v , u , z является предоставление полной характеристики системы в любой период времени.

Эти три кортежа в свою очередь сами являются кортежем s : $s = \langle v, u, z \rangle$, где s – элемент множества S , которое является декартовым произведением трех множеств V , U , Z , то есть $S = V \times U \times Z$.

Кортеж S называется «портретом» системы, то есть портрет системы состоит из показателей входа, выхода и внутреннего состояния, причем, каждая из этих трех величин является элементом соответствующего

множества возможных значений показателей V , U или Z . Таким образом, разработан концептуальный подход к построению кортежа системы управления предприятия, что является необходимой составляющей моделирования этого процесса.

1.2. Формирование понятийно-терминологической базы научного исследования

Каждая область науки, техники, экономики, производства, литературы, искусства имеет свою терминологию, которая выступает как организованная система специальных названий.

На современном этапе развития отраслевой науки терминология в рамках предметной области данного научного исследования активно развивается, что обуславливает пристальное внимание со стороны ученых для адекватного воспроизведения процессов и явлений, которые происходят в конкурентной среде предприятий-товаропроизводителей. Это дает возможность дальнейшего научного поиска, систематизации, расширения и совершенствования понятийно-терминологической базы в рамках данного исследования.

Среди системы терминов каждой области различают две составляющие: терминологию и терминосистему [11]. Терминология определяется как совокупность терминов определенной области. Отраслевые терминологии, то есть совокупность терминов конкретных областей, называют терминосистемами, или терминологическими системами. Системность терминологии характеризуется двумя типами связей – логическими и языковыми, которые предоставляют совокупности терминов системного характера. Таким образом, терминология является не хаотически

сформированной совокупностью отдельных слов, а организованной на логическом и языковом уровне системой специальных названий.

С точки зрения системного подхода понятийно-терминологический аппарат данного исследования базируется на составляющих подсистемах: теория конкурентности, теория эффективности, теория инвестирования, теория проектного менеджмента, что представлено на рис. 1.2.



Рисунок 1.2 – Системный подход к формированию структуры понятийно-терминологического аппарата научного исследования

Источник: авторская разработка

Характеристика каждой из подсистем сопровождается элементарным наполнением, которое, по сути, и составляет понятийно-терминологический системообразующий аппарат данного научного исследования.

Существенные изменения современной конкурентной среды, стремительное развитие бизнес-кибер-пространства, поиск промышленными предприятиями новых возможностей удовлетворения перманентных нужд потребителей влияют на эволюцию упомянутых выше теорий во времени и пространстве, что обуславливает необходимость дальнейшего углубленного изучения и обобщения информации. Это позволит выявить отдельные особенности понятийно-терминологической системы данного исследования и специфику ее использования в экономической науке как в процессе решения ряда практических задач, так и в сфере делового общения специалистов-экономистов.

В последнее время наблюдается проявление повышенного внимания ученых к определению определенной совокупности категорий теории конкурентности. Вопросам толкования понятийно-категориального аппарата в сфере конкурентных отношений товаропроизводителей посвящены много научных работ. Среди зарубежных ведущих ученых нужно отметить работы Д. Аакера, Г. Азоева, И. Ансоффа, Г. Багиева, Б. Баласа, О. Виханского, Е. Голубкова, А. Градова, В. Гранатурова, П. Друкера, П. Завьялова, М. Портера, Ф. Праде, К. Прахалада, Ю. Рубина, Р. Фатхутдинова, Г. Хамела, Дж. Хейна, К. Щиборща, Й. Шумпетера, В. Шустова, К. Еннока, М. Ерлиха, А. Юданова и других.

Значительный вклад в исследование вышеупомянутой проблемы сделали такие отечественные ученые, как: Л. Балабанова, И. Булах, И. Булеев, А. Воронкова, А. Гринев, В. Гринева, В. Дикань, И. Должанский, Г. Дубель, Т. Загорская, Ю. Иванов, М. Кныш, М. Милов, Т. Надтока, В. Оберемчук, П. Орлов, Г. Осипов, П. Перерва, И. Поддубный,

В. Пономарев, Л. Соколова, А. Тищенко, О. Ткаченко, О. Тридед, В. Шипулина, В. Шинкаренко, Е. Ястремская и многие другие.

Содержательное наполнение понятийно-терминологической подсистемы «Теория конкурентности» базируется на следующем элементном составе:

- конкурентность – системный признак всесторонней готовности объекта или предмета исследования принимать участие в конкурентной борьбе (авторское определение);

- конкуренция – «...это процесс взаимодействия и противоборства различных операторов рынка, собственников товаров и услуг за наиболее выгодные условия их производства и реализации потребителям» [12];

- конкуренты – «рыночные субъекты, осуществляющие свою деятельность в одном рыночном пространстве» [12];

- конкурентоспособность (укр.: конкурентоспроможність) – «позиция компании, место на рынке, позволяющее ее продукции или услуге конкурировать с другой продукцией или услугами» [12];

- конкурентоспособность (укр.: конкурентоздатність) – «возможность предприятия к эффективной хозяйственной деятельности и обеспечению прибыльности в условиях конкурентного рынка» [13];

- конкурентоустойчивость – «способность предприятия противостоять дестабилизирующему влиянию факторов внешней среды по сравнению с конкурентами» [14];

- конкурентная среда – «результат и условия взаимодействия большого количества субъектов рынка, который определяет соответствующий уровень экономического соперничества и возможность влияния отдельных экономических агентов на общую рыночную ситуацию» [15];

- конкурентная борьба – «соперничество участников рыночного хозяйства за лучшие условия покупки-продажи товаров» [16];

- конкурентные преимущества – «факторы, определяющие превосходство компании над конкурентами, измеряемые экономическими такими показателями, как: дополнительная прибыль, более высокая рентабельность, рыночная доля, объем продаж» [12];

- конкурентная позиция – «место предприятия в конкретных сегментах рынка внешней среды относительно конкурентов» [14];

- конкурентный статус – «комплексная сравнительная характеристика предприятия относительно конкурентов, которая отражает его внутренний потенциал, позицию в конкретных сегментах рынка и способность удерживать ее под влиянием дестабилизирующих факторов внешней среды» [14];

- конкурентная политика – «направления поддержки и развития конкурентоспособности предприятия в условиях сформированной в стране конкурентной среды» [17];

- конкурентная стратегия – «конкурентное преимущество компании, которое она может достичь на рынке, относительно других конкурентов» [12];

- конкурентный потенциал – «сформированная совокупность ресурсов и компетенций с уникальными и дифференцированными свойствами для создания и развития предприятия» [18].

В современных условиях хозяйственная деятельность предприятий связана с резкими изменениями во внешней среде, конъюнктуре рынков, что требует выпуска новой продукции (услуг), удовлетворяющей новые потребности потребителей, и организации ее сбыта в условиях конкуренции. В связи с особенностями современного состояния развития экономической науки вопросы методологии экономики предприятия как науки и проблемы управления его эффективной деятельностью, обеспечения эффективности в условиях рынка приобретают особую актуальность.

С точки зрения возможных перспектив будущей деятельности промышленных предприятий их развитие должно базироваться на принципах самокупаемости, самофинансирования, самостоятельности, что, безусловно, требует осознания современных аспектов теории экономики предприятия, глубокого понимания сущности категорий эффективности и эффективной деятельности. Харьковские ученые П. Г. Перерва, С. А. Мехович, М. И. Погорелов в работе [19, с. 809] отметили, что «...именно эффективность любой системы: социальной, экономической или технологической определяет ее ... выживание в конкурентной борьбе с другими сценариями эволюции».

Результаты научного поиска создают теоретическую базу для разработки обобщенной теории экономики предприятия, коей, по мнению отдельных экономистов, является концепция, в рамках которой предприятие рассматривается как своеобразный системный интегратор – целостный экономический субъект, объединяющий во времени и пространстве различные социально-экономические процессы и получающий эффект путем использования системных мультипликативных эффектов [20].

Понятийный аппарат современной экономической науки базируется на сформированных научных теориях экономики предприятия и их характеристиках. В результате проведенного анализа установлено, что для теории экономики предприятия ключевыми понятиями являются ресурсы, их рациональное и/или оптимальное использование при изготовлении продукции, что свидетельствует о необходимости и целесообразности исследования базовых понятий, связанных с эффективностью и эффективной деятельностью предприятий.

Учитывая значимость эффективности и функций, которые она выполняет в экономических системах, целесообразным и необходимым является исследование существующих подходов к толкованию сущности этого понятия как определяющего. Эффективность происходит от термина «эффект». Эффект (англ.: effect; нем.: effekt; фр.: effet; пол.: efekt; лат.:

effektus) – «действие, результат чего-либо» [21, с. 609]. «Гегель представлял эффективность как процесс вытеснения неэффективного из сознания и бытия. Эффективность неотделимая от науки, прежде всего как метод познания» [19, с. 810].

В научной литературе понятия «эффективность» и «результативность» (как мера достижения целей) очень часто подменяются друг другом. Многие ученые отождествляют категорию «эффективность» с категорией «результативность». Подавляющее большинство современных ученых при рассмотрении категории «эффективность» определяют ее двумя элементами – результатами и затратами (ресурсами), сопоставленными между собой [22–24]. Например, в работе В. Н. Парахиной и Л. И. Ушвицкого отмечено, что: «Эффективность в общем виде – результативность чего-нибудь» [22, с. 383].

Понятие «эффективность» может рассматриваться двояко: а) эффективность, другими словами отдача, рентабельность (efficiency) как итоговая характеристика какой-нибудь деятельности в целом, выполнение ее отдельных функций; б) эффективность как характеристика результативности, действенности (effectiveness) какой-либо деятельности без соотношения полученных результатов с израсходованными ресурсами [25, с. 116].

Следует отметить, что рассматривая категории эффективности, эффекта, затрат, целесообразно исследовать взаимосвязь между ними и эффективной деятельностью предприятия. В табл. 1.1, составленной на основе [19, с. 817], в авторской интерпретации приведена система взаимосвязей показателей эффекта, эффективности и эффективной деятельности предприятия.

Таким образом, условиями обеспечения эффективной деятельности предприятия можно считать следующие: результаты и затраты деятельности являются неизменными во времени или результаты деятельности возрастают, а затраты уменьшаются. При не эффективной деятельности предприятия направлением обеспечения положительных изменений является увеличение

результатов деятельности и снижение затрат. Вариант обеспечения эффективной деятельности предприятия по показателям результаты/затраты зависит от соотношения направлений динамики двух показателей – эффекта и эффективности.

Таблица 1.1 – Характеристика взаимосвязей показателей эффекта, эффективности и эффективной деятельности предприятия

Характер деятельности	Направление изменения показателя		Вариант динамики показателей результатов и затрат предприятия
	эффекта	эффективности	
1	2	3	4
Деятельность эффективная	Увеличение	Увеличение	1. Результаты деятельности возрастают при постоянных затратах. 2. Результаты деятельности возрастают, затраты уменьшаются. 3. Темпы роста результата превышают темпы роста расходов
Деятельность неэффективная	Снижение	Снижение	1. Результаты деятельности уменьшаются, затраты постоянные 2. Результаты деятельности уменьшаются, затраты увеличиваются. 3. Темпы уменьшения результатов превышают темпы уменьшения расходов
Деятельность относительно эффективная	Увеличение	Постоянное	Темпы роста результатов равняются темпам роста расходов
	Увеличение	Снижение	Темпы роста расходов превышают темпы роста результатов деятельности
Деятельность относительно эффективная	Снижение	Увеличение	Темпы снижения расходов превышают темпы снижения результатов деятельности
	Снижение	Постоянное	Темпы снижения результатов равняются темпам снижения расходов
	Постоянное	Увеличение	Затраты уменьшаются, результаты деятельности постоянные
	Постоянное	Снижение	Затраты увеличиваются, результаты деятельности постоянные
	Постоянное	Постоянное	Результаты и затраты деятельности постоянные во времени

Источник: сформировано авторами на основе [19]

В рамках предложенного авторского системного подхода к формированию структуры понятийно-терминологического аппарата данного научного исследования (рис. 1.2) содержательное наполнение подсистемы «Теория эффективности» предполагает следующие элементы:

- доход – количество денег или услуг, полученных частным лицом, корпорацией или экономикой за определенный период [26, 27]; деньги или материальные ценности, получаемые государством, торгово-промышленным учреждением, частным лицом и т. п. в результате какой-либо деятельности [28]; средства в денежной и натуральной формах, полученные в результате хозяйственной и финансовой деятельности [29]; общая сумма дохода налогоплательщика от всех видов деятельности, полученного (начисленного) в течение отчетного периода в денежной, материальной или нематериальной формах как на территории Украины и ее континентальном шельфе, в исключительной (морской) экономической зоне, так и за их пределами [30];

- чистый доход – сумма дохода, остающегося в распоряжении предприятия после выплаты из его валового дохода сумм налоговых платежей, входящих в цену продукции. К таким платежам относится налог на добавленную стоимость, акцизный сбор, таможенные пошлины и некоторые другие сборы [31];

- чистый доход от реализации продукции (товаров, работ, услуг) – выручка от реализации продукции, товаров, работ или услуг за вычетом предоставленных скидок, стоимости возвращенных прежде проданных товаров, доходов, которые по договорам принадлежат комитентам (принципалам и т.п.), и налогов и сборов [32];

- себестоимость – это стоимостная оценка используемых в процессе производства продукции (работ, услуг) природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных средств, трудовых ресурсов и других затрат на ее производство и реализацию [33];

- себестоимость продукции – выраженные в денежной форме текущие затраты предприятия на производство и сбыт товаров, работ и услуг [33];

- производственная себестоимость промышленной продукции (работ, услуг) – это выраженные в денежной форме текущие расходы предприятия на ее производство [34];

- себестоимость реализованных товаров, выполненных работ, предоставленных услуг – расходы, прямо связанные с производством и / или приобретением реализованных в течение отчетного налогового периода товаров, выполненных работ, предоставленных услуг, определяемые в соответствии с положениями (стандартами) бухгалтерского учета [30];

- расходы – сумма любых расходов налогоплательщика в денежной, материальной или нематериальной формах, осуществляемых для осуществления хозяйственной деятельности налогоплательщика, в результате которых происходит уменьшение экономических выгод в виде выбытия активов или увеличения обязательств, уменьшение собственного капитала (кроме изменений капитала за счет его изъятия или распределения собственниками) [30];

- расходы на продукцию – это расходы, связанные с производством [34];

- затраты – выраженные в денежной форме расходы, которые предприятие несет в процессе осуществления своей хозяйственной деятельности [33];

- прибыль – доход тех, кто прилагает экономические предпринимательские способности; совокупные доходы минус совокупные затраты [35];

- прибыль (доход) субъекта хозяйствования – показатель финансовых результатов его хозяйственной деятельности, которая определяется путем уменьшения суммы валового дохода субъекта хозяйствования за определенный период на сумму валовых расходов и сумму амортизационных отчислений [36-37];

- валовая прибыль (убыток) – разница между чистым доходом от реализации продукции (товаров, работ, услуг) и себестоимостью реализованной продукции (товаров, работ, услуг) с учетом сумм, которые приведены в дополнительных статьях [32];

- налогооблагаемая прибыль – декларируемая в налоговые органы сумма балансовой прибыли предприятия, «очищенная» с учетом предоставленных льгот и порядка ее налогообложения, которая является базой исчисления налога на прибыль [33];

- чистая прибыль – часть балансовой прибыли предприятия, остающаяся в его распоряжении после уплаты налогов, сборов, отчислений и других обязательных платежей в бюджет; алгебраическая сумма прибыли (убытка) до налогообложения, налога на прибыль и прибыли (убытка) от прекращенной деятельности после налогообложения [32];

- рентабельность – это относительный показатель эффективности деятельности субъектов хозяйствования, который отображает отношение полученного эффекта (прибыли) с имеющимися или использованными ресурсами [38];

- рентабельность продукции – это отношение прибыли к себестоимости этого вида продукции [39];

- рентабельность предприятия – это отношение валовой прибыли к сумме среднегодовой стоимости основных и оборотных средств [40];

- эффект – результат, достигаемый за счет осуществления различных видов деятельности или проведения отдельных мероприятий и операций [33];

- экономический эффект – это разница между результатами экономической деятельности (например, продуктом в стоимостном выражении) и затратами, произведенными для их получения и использования. Когда результатом экономической деятельности являются не только экономические, но и более широкие социально-экономические последствия, правильнее говорить о социально-экономическом эффекте [38];

- социально-экономический эффект отражает как полезный эффект с учетом удовлетворения разнокачественных потребностей, так и затраты труда на обеспечение этих потребностей; он может рассматриваться как основа для разработки целевой функции при определении сфер и масштабов применения в народном хозяйстве принципиально новых, основанных на изобретениях, технологиях при перспективном народнохозяйственном планировании [41];

- эффективность – характеристика качества экономической системы (предприятия) с точки зрения соотношения затрат и результатов функционирования системы. В зависимости от того, какие затраты и особенно – какие результаты принимаются во внимание, различают экономическую, социальную, экологическую, социально-экономическую, институциональную виды эффективности [38];

- экономическая эффективность (эффективность производства) – это соотношение экономического результата и затрат факторов производственного процесса; результативность экономической системы, выражающаяся в отношении полезных конечных результатов её функционирования к затраченным ресурсам [42];

- социально-экономическая эффективность – это относительная характеристика интегральной результативности функциональных сфер деятельности предприятия в условиях нестабильного внешнего окружения. Это соотношение результата от внедрения социально-экономических мероприятий и затрат на их разработку (авторский подход);

- эффективная деятельность предприятия – это такая деятельность, которая обеспечивает рост эффекта и эффективности от реализации комплекса организационно-экономических, социальных, научно-технических и экологических мероприятий в разных функциональных сферах деятельности предприятия в темпах, которые позволяют достичь целей, предусмотренных бизнес-планом развития на протяжении его временного

горизонта, и приоритетность которых может быть изменена согласно изменению конъюнктуры рынка, на котором предприятие реализует свою продукцию для удовлетворения постоянно возрастающих нужд потребителей и обеспечения справедливого баланса требований разных непосредственно заинтересованных групп людей (акционеров, работников, рабочих, менеджеров, общества) (авторский подход) [43];

- экономическая диагностика предприятия – это вариантная идентификация состояния исследуемого предприятия в определенном временном интервале на основе комплексной оценки всех сфер его деятельности и прогнозирование изменений данного состояния в будущем с обязательной разработкой рекомендаций, корректирующих эти изменения (авторский подход).

В качестве третьей подсистемы в структуре понятийно-терминологического аппарата данного научного исследования рассматривается теория инвестирования. Теоретико-методологические подходы в данном направлении активно изучались такими зарубежными учеными, как: В. Беренс, И. Бирман, И. А. Бланк, И. М. Волков, Л. Дж. Гитман, В. Н. Глазунов, М. В. Грачева, М. Д. Джонс, А. Б. Идрисов, В. В. Коссова, М. А. Лимитовский, И. В. Липсиц, К. Рейли, Д. Э. Старик, П. Хавранек, У. Шарп, С. Шмидт, И. Элтон.

В отечественной литературе данная проблема представлена научными работами В. И. Веретенникова, В. Н. Гриневой, С. Н. Илляшенко, В. А. Коюды, Т. И. Лепейко, П. Г. Перервы, А. А. Пересады, Л. В. Соколовой, В. В. Храпкиной, В. З. Черняка, В. Я. Шевчука, А. И. Яковлева, Е. Н. Ястремской и многих других.

Элементный состав подсистемы «Теория инвестирования» (рис. 1.2) представлен следующими компонентами:

- инвестиции – все виды имущественных и интеллектуальных ценностей, вкладываемые в объекты предпринимательской и других видов

деятельности, в результате которой создается прибыль (доход) или достигается социальный эффект [44]; инвестиции – хозяйственные операции, предусматривающие приобретение основных средств, нематериальных активов, корпоративных прав и / или ценных бумаг в обмен на средства или имущество; инвестиции – вложение капитала в денежной, материальной и нематериальной формах в объекты предпринимательской деятельности с целью получения текущего дохода или обеспечения возрастания его стоимости в будущем периоде [33];

- реальные (капитальные) инвестиции – хозяйственные операции, предусматривающие приобретение зданий, сооружений, других объектов недвижимой собственности, других основных средств и нематериальных активов, подлежащих амортизации согласно нормам Налогового кодекса Украины [30];

- финансовые инвестиции – хозяйственные операции, предусматривающие приобретение корпоративных прав, ценных бумаг, деривативов и / или других финансовых инструментов [30];

- инвестиционный проект – это документ, который содержит систему взаимосвязанных во времени и пространстве и согласованных с ресурсами мероприятий, нацеленных на развитие экономики предприятия [45]; совокупность документов, которые характеризуют проект от его замысла до достижения заданных показателей эффективности и объема, которые включают прединвестиционную, инвестиционную, эксплуатационную и ликвидную стадии его реализации; это любой комплекс обеспеченных инвестициями мероприятий [46]; обоснование экономической целесообразности, объемов и сроков осуществления капитальных вложений, при этом необходима проектно-сметная документация, а так же описание практических действий по реализации инвестиций [47]; объект реального инвестирования, намечаемый к реализации в форме приобретения

целостного имущественного комплекса, нового строительства, реконструкции, модернизации, капитального ремонта [33];

- инновационный проект – проект, содержащий технико-экономическое, правовое и организационное обоснование конечной инновационной деятельности [19];

- инвестиционная программа – совокупность инвестиционных проектов в виде перечня объектов инвестиций, их основных характеристик и объемов финансирования, составляемая на определенный временной период, формируемая на основании нормативных документов [38]; обособленная часть реализуемого портфеля реальных инвестиций предприятия, сформированная из инвестиционных проектов, сгруппированных по отраслевому, региональному или иному признаку в целях удобства управления. Инвестиционная программа представляет собой целостный объект управления [33];

- инвесторы – субъекты инвестиционной деятельности, которые принимают решения о вложении собственных, заемных и привлеченных имущественных и интеллектуальных ценностей в объекты инвестирования [44];

- инвестиционный портфель – целенаправленно сформированная совокупность объектов реального и финансового инвестирования, предназначенная для реализации инвестиционной политики предприятия в предстоящем периоде (в более узком, но наиболее часто употребляемом значении – совокупность фондовых инструментов, сформированных инвестором) [33];

- эффективность инвестиционного проекта – это категория, отражающая соответствие проекта целям и интересам участников проекта, под которыми понимаются субъекты инвестиционной деятельности и общество в целом [49];

- денежный поток – это разность между суммами поступлений и выплат денежных средств предприятия за определенный период времени, обычно за этот период принимается финансовый год; поступление (положительный денежный поток) и расходование (отрицательный денежный поток) денежных средств в процессе осуществления хозяйственной деятельности предприятия. Различают денежные потоки: по операционной (производственно-коммерческой) деятельности; по инвестиционной деятельности; по финансовой деятельности предприятия [48];

- инвестиционный риск – вероятность возникновения непредвиденных финансовых потерь в процессе инвестиционной деятельности предприятия [33];

- бизнес-план инвестиционного проекта – это технико-экономическое обоснование внедрения инноваций. Он предполагает сравнительный анализ эффективности предлагаемых мероприятий, оценку необходимых для реализации инвестиций и решение проблем, связанных с осуществлением проекта. Бизнес-план инвестиционного проекта разрабатывается для обоснования: степени жизнеспособности и устойчивости проекта; возможности получения инвестиционных и кредитных ресурсов, а также возврата заемных средств; предложений по созданию совместных и иностранных предприятий; целесообразности оказания мер государственной поддержки; служит ориентиром, как должен развиваться проект [50].

В качестве четвертой подсистемы структуры понятийно-терминологического аппарата данного научного исследования рассмотрена «Теория проектного менеджмента», проблематика которой освещена в трудах многих ученых, таких как: А. С. Ванюшкин, В. П. Волков, Т. Б. Игнашкина, В. М. Илюшко, Н. А. Караван, С. И. Левицкий, Л. И. Нефедов, Т. В. Полозова, Ю. Т. Разумный, Е. Ю. Рубин, А. А. Саинчук, С. О. Сафронов, О. В. Товкань, О. Є. Федорович и др. [51-60].

Широкий спектр учебно-методической литературы в области проектного менеджмента представлен следующими авторами: Л. П. Батенко, Д. У. Биккулова, В. А. Верб, О. М. Гребешкова, А. В. Гриньов, Т. В. Дедилова, И. А. Дмитриев, В. И. Дубровин, О. О. Кизенко, В. В. Лещинская, Г. В. Махова, С. В. Радухан, Г. С. Скитёва, Т. М. Хмиль, Л. В. Шаруга, О. М. Шершенюк, Л. О. Шишмарьова, А. И. Яковлев и др. [61-66].

Элементообразующий состав понятийно-терминологической базы данной подсистемы представлен следующими категориями:

- проект – комплекс научно-исследовательских, проектно-конструкторских, социально-экономических, организационно-хозяйственных и других мероприятий, связанных ресурсами, исполнителями и сроками, соответственно оформленных и направленных на смену объекта управления, которое обеспечивает эффективность решения основных задач и достижение соответствующих целей за определенный период [67];

- менеджмент проекта – область деятельности, в ходе которой определяются и достигаются определенные цели, а также оптимизируется использование ресурсов (таких как время, деньги, труд, материалы, энергия, пространство и др.) в рамках некоторого проекта (определяющего конечный результат и ограничение по времени и/или другим ресурсам) [68]; совокупность принципов, методов, инструментов для эффективного управления цели ориентированной работы в контексте конкретной и уникальной организационной среды [68];

- управление проектами – это приложение знаний, опыта, методов и средств к работам проекта для удовлетворения требований, предъявляемых к проекту, и ожиданий участников проекта [69];

- проектный цикл, или жизненный цикл проекта (ЖЦП) – это промежуток времени между моментом появления, зарождения проекта и моментом его ликвидации, завершения (авторский подход);

- жизненный цикл проекта – последовательность фаз проекта, задаваемая исходя из потребностей управления проектом [70];

- риск проектный – совокупность рисков, определяющая возможность неблагоприятного осуществления проекта, получения эффективности значительно ниже, чем ожидалось по проекту [71]; совокупный риск осуществления реального инвестиционного проекта, интегрирующий все виды его индивидуальных рисков [38]; неопределенность (т.е. неполнота или неточность информации об условиях реализации проекта), связанная с возможностью возникновения в ходе реализации проекта неблагоприятных ситуаций, следствием которых является несение убытков или снижение эффективности проекта (авторский подход);

- проектный анализ – совокупность методологических средств, используемых для подготовки и обоснования проектных решений; это прежде всего сопоставление затрат на осуществление инвестиционного проекта и выгод, которые будут получены от его реализации [72];

- эффективность проекта – категория, отражающая соответствие проекта целям и интересам его участников. Рекомендуется оценивать следующие виды эффективности: эффективность проекта в целом и эффективность участия в проекте [73]. Эффективность проекта в целом оценивается с целью определения потенциальной привлекательности проекта для возможных участников и поисков источников финансирования и включает в себя: общественную (социально-экономическую) эффективность проекта; коммерческую эффективность проекта;

- общественная эффективность проекта отражает социально-экономические последствия осуществления проекта для общества в целом, в том числе как непосредственные результаты и затраты проекта, так и «внешние»: затраты и результаты в смежных секторах экономики, экологические, социальные и иные внеэкономические эффекты [73];

- коммерческая эффективность проекта отображает финансовые последствия его осуществления для единственного участника, реализующего проект, в предположении, что он производит все необходимые для реализации проекта затраты и пользуется всеми его результатами [73];

- эффективность участия в проекте определяется с целью проверки реализуемости проекта и заинтересованности в нем всех его участников. Эффективность участия в проекте включает: эффективность для предприятий-участников; эффективность инвестирования в акции предприятия (эффективность для акционеров); эффективность участия в проекте структур более высокого уровня по отношению к предприятиям-участникам проекта, в том числе: региональную и народнохозяйственную эффективность – для отдельных регионов; отраслевую эффективность – для отдельных отраслей народного хозяйства, финансово-промышленных групп, объединений предприятий и холдинговых структур; бюджетную эффективность (эффективность участия государства в проекте с точки зрения расходов и доходов бюджетов всех уровней) [73];

- технико-экономическое обоснование проекта (ТЭО) – это комплект расчетно-аналитических документов, содержащих исходные данные, основные технические и организационные решения, расчетно-сметные, оценочные и другие показатели, позволяющие рассматривать целесообразность и эффективность инвестиционного проекта [72];

- структура технико-экономического обоснования проекта – перечень основных разделов в составе: предпосылки и основная идея проекта; анализ рынка и стратегия маркетинга; обеспеченность ресурсами; место размещения объекта инвестирования, строительный участок и окружающая среда; проектирование и технология; организация предприятия и общехозяйственные расходы; трудовые ресурсы; планирование процесса реализации инвестиционного проекта; финансовый анализ и оценка инвестиции (авторский подход).

Таким образом, полученными научными результатами проведенного методом кабинетных исследований научного поиска в направлении совершенствования понятийного аппарата экономической науки можно считать следующие:

- сформирована понятийно-терминологическая система научного исследования в области актуальных проблем развития современного предприятия в контексте «конкурентность-эффективность-проектный менеджмент», которая включает четыре подсистемы: «теория конкурентности», «теория эффективности», «теория инвестирования», «теория проектного менеджмента»;

- предложена элементообразующая терминологическая база каждой из указанных подсистем;

- получило дальнейшее развитие определение ряда основополагающих понятий разработанной понятийно-терминологической базы научного исследования («эффективная деятельность предприятия», «социально-экономическая эффективность» и др.).

Таким образом, можно утверждать, что совершенствование понятийно-терминологической системы будет содействовать созданию современной методологической базы для дальнейшего научного поиска в направлении исследования взаимосвязей таких важных экономических категорий, как устойчивость, результативность и эффективность в современных кризисных, нестабильных условиях функционирования предприятий, а также определению совокупности необходимых показателей оценки с целью получения адекватных практических результатов в сфере экономики промышленных предприятий.

1.3. Модель определения конкурентного статуса промышленных предприятий на рынке

В условиях рыночной экономики, усиления конкурентной борьбы за рынки сбыта большая роль отводится квалифицированному решению задачи оценки и анализа конкурентного статуса промышленных предприятий, имеет важнейшее значение для разработки стратегических планов их деятельности. Показатель конкурентного статуса характеризует предпосылки достижения предприятием того или иного уровня конкурентного преимущества.

Конкурентный статус предприятия – это один из важнейших элементов механизма саморегулирования рыночной экономики и одновременно конкретная форма ее функционирования. Вообще, расчет и анализ показателя конкурентного статуса предприятия базируются на сравнении фактического уровня и оптимального значения инвестиций с их критической точкой, фактического потенциала предприятия – с его оптимальным значением, а действующей стратегии – с наиболее оптимальной.

В работе моделирование процесса оценки конкурентного статуса предприятия основано на расчете интегрированного факторного показателя. Анализ показателя – коэффициента конкурентного статуса предприятия базируется на сравнении фактического значения этого показателя для исследуемого предприятия с соответствующим коэффициентом предприятия бенчмарк (или гипотетического предприятия) или рекомендовано применение других методических подходов.

В современных условиях рыночных отношений достаточно остро встает вопрос необходимости разработки нового показателя для оценки возможности предприятия осуществлять планомерную перестройку всех сфер его деятельности, рассчитать ожидаемые изменения в зависимости от

обстоятельств внутреннего и внешнего характера, учитывая их темпы изменения.

Анализ конкурентного статуса предприятия предоставляет возможность решить ряд взаимосвязанных задач, к которым, по мнению ученых, следует отнести такие, как: определение особенности развития конкурентной ситуации на рынке; выявление степени доминирования предприятия на рынке; установление ближайших конкурентов на рынке; выделение относительной позиции предприятия среди участников рынка.

Проведение конкурентного анализа позволяет сформулировать выводы относительно положения предприятия на рынке, определить его конкурентные преимущества и разработать соответствующие меры по укреплению и повышению уровня конкурентного статуса предприятия.

Изучение специальной литературы позволило установить, что на данный момент унифицированной методики оценки конкурентного статуса предприятия не существует [74–79]. Это обусловлено неоднозначностью понимания и трактовки самого понятия «конкурентный статус предприятия» и, несомненно, вызывает неоднозначность подходов и методик оценки данного показателя.

Оценка конкурентного статуса предприятия в соответствии с рекомендациями [76] производится путем анализа взаимодействия трех факторов:

- а) относительный уровень стратегических капиталовложений фирмы (предприятия, компании) в стратегическую зону хозяйствования;
- б) конкурентная стратегия;
- в) мобилизационные возможности фирмы.

Поэтому в работе [76] предлагается такая расчетная формула:

$$КСФ = (K_c - K_k) / (K_o - K_k) + C_c / C_o + П_c / П_o \quad (1.1)$$

где КСФ – конкурентный статус фирмы; Кс – уровень стратегических капиталовложений, то есть уровень реальных капиталовложений, которые фирма планирует осуществить; Ко – оптимальный уровень капиталовложений; Кк – критический уровень капиталовложений, то есть объем инвестиций на грани прибылей и убытков; Сс – действующая стратегия фирмы; Со – оптимальная стратегия фирмы; Пс – действующие перспективы роста; Во – оптимальные перспективы роста.

Конкурентный статус фирмы определяет уровень конкурентного преимущества фирмы [77] по формуле:

$$YKPF = f(KCF), \quad (1.2)$$

где YKPF – уровень конкурентного преимущества фирмы; КСФ – конкурентный статус фирмы.

Главная задача в определении конкурентного статуса фирмы - оценка степени достаточности развития стратегического потенциала фирмы (СПФ) и условий внешней маркетинговой среды для поддержания на высоком уровне конкурентного потенциала фирмы (КПФ). Для этого должны быть выполнены следующие действия:

- по каждому элементу стратегического потенциала должны быть определены ресурсы, которые могут обеспечить достижение целей фирмы в той или иной фазе (этапе) жизненного цикла (ЖЦ) конкурентного потенциала фирмы. Сравнивая значения фактических и требуемых параметров ресурсов, определяют показатели соответствия фактических параметров необходимым по каждому элементу стратегического потенциала, которые сводят в обобщающую оценку с учетом значимости каждого элемента;
- должна быть определена степень достаточности условий, формируемых элементами «национального ромба». Сложность заключается в

том, что условия внешней среды характеризуются высокой динамичностью. Поскольку скорость, с которой происходят изменения, практически непредсказуема, остается лишь постоянно отслеживать эти изменения, прогнозировать возможность и ожидать моменты их появления.

На основе обработки полученной информации экспертным путем определяют, насколько благоприятные внешние условия для достижения фирмой максимального значения уровня конкурентного потенциала фирмы на том или ином этапе его жизненного цикла.

Таким образом, уровень конкурентного статуса фирмы зависит от уровня «полезности» (Парето-эффективности) стратегического потенциала фирмы и характера и степени использования условий внешней среды. Эта зависимость описывается следующей формулой:

$$Y_{КСФ} = f(СПФ, DHP), \quad (1.3)$$

где DHP – степень использования условий внешней среды.

По мнению ученого Г. Я. Гольдштейна [79] конкурентный статус фирмы определяется факторами успеха в конкуренции по следующим основным направлениям:

- стратегические капиталовложения (в производственные мощности, в стратегию, в потенциал);
- эффективность стратегии фирмы;
- эффективность текущего потенциала фирмы (по основным сферам ее деятельности).

Ключевые факторы успеха – это те моменты в деятельности фирмы, на которые она должна обращать основное внимание. Идентификация таких факторов – один из главных приоритетов стратегии фирмы. Менеджер должен знать, что наиболее важно для конкурентного успеха и менее важно.

Таким образом, ключевые факторы успеха – краеугольные камни стратегии бизнеса.

Для оценки конкурентного статуса фирмы формируется сначала перечень наиболее важных факторов конкурентного успеха фирмы (предприятия) на рынке. Далее по каждому фактору успеха делается оценка в баллах (за ноль принимаются среднеотраслевые значения).

Для расчета численного значения конкурентного статуса фирмы Г. Я. Гольдштейн в своей работе предложил математическую модель, основанную на использовании таких показателей, как: оценка каждого фактора конкурентного успеха в группе избранных для анализа наиболее важных факторов; число факторов в группе; весовой коэффициент, характеризующий относительную важность каждого фактора для отрасли и фирмы; число групп факторов; весовой коэффициент, характеризующий относительную важность каждой группы для отрасли и фирмы.

Оценка конкурентного статуса дает возможность решить ряд взаимосвязанных задач: определить особенности развития конкурентной ситуации; выявить степень доминирования предприятий на рынке; установить ближайших конкурентов; выделить относительную позицию предприятия среди участников рынка [77].

Все это в комплексе позволит более обоснованно подойти к вопросам разработки стратегии с целью достижения конкурентных преимуществ, учитывающих конкурентный статус предприятия и особенности его рыночного окружения.

При равенстве рыночных долей для ранжирования предприятий используется показатель стабильности их рыночных долей. Он характеризует степень приверженности клиентов к услугам фирмы и показывает, какую часть в общем объеме продаж составляют продажи постоянным потребителям. Применение показателя стабильности рыночной доли, как

уточняющего коэффициента, позволяет однозначно распределить предприятия внутри каждой классификационной группы.

Для оценки конкурентного статуса предприятия (КСП) пользуются некоторыми численными показателями, которые свидетельствуют о степени устойчивости положения предприятия, способности оказывать услуги или выпускать продукцию, пользующуюся спросом на рынке и обеспечивающую предприятию получение намеченных и стабильных конечных результатов. Несмотря на наличие значительной информационной базы и различных методов комплексного анализа предприятий методология оценки такого сложного комплексного показателя позволяет количественно охарактеризовать конкурентный статус предприятия, провести анализ динамики его изменения во времени.

Целью расчета интегрального показателя оценки уровня конкурентного статуса предприятия является получение комплексной характеристики, которая позволит проводить оценку его конкурентных позиций и на этой основе разрабатывать стратегию управления конкурентоспособностью предприятия и проводить анализ конкурентного статуса предприятия. Многочисленной мерой оценки конкурентного статуса предприятия избран показатель, определяемый как коэффициент конкурентного статуса. Основные составляющие методического подхода по получению интегрированной количественной оценки конкурентного статуса предприятия для дальнейшего анализа этого показателя приведены на рис. 1.3.

Моделирование процесса расчета и анализа конкурентного статуса предприятия включает следующие укрупненные этапы: сбор информации и ее экспертная оценка; формирование группы экспертов; расчет численных значений выбранных факторов-элементов, образующих конкурентный статус предприятия; формирование и оценка интегрированного факторного показателя конкурентного статуса предприятия; анализ полученных

результатов; принятие решения лицом, принимающим полученные результаты расчетов, при необходимости по разработке комплекса мер, реализация которых на практике будет способствовать улучшению конкурентного статуса предприятия на рынке.

Разработанную схему алгоритма реализации процедуры оценивания и анализа конкурентного статуса предприятия представлено на рис. 1.4.

В блоке 1 производится формализация задачи «Анализ конкурентного статуса предприятия». В блоке 2 происходит сбор данных, необходимых для определения КСП.



Рисунок 1.3 – Составляющие методического подхода к оценке и анализу конкурентного статуса предприятия

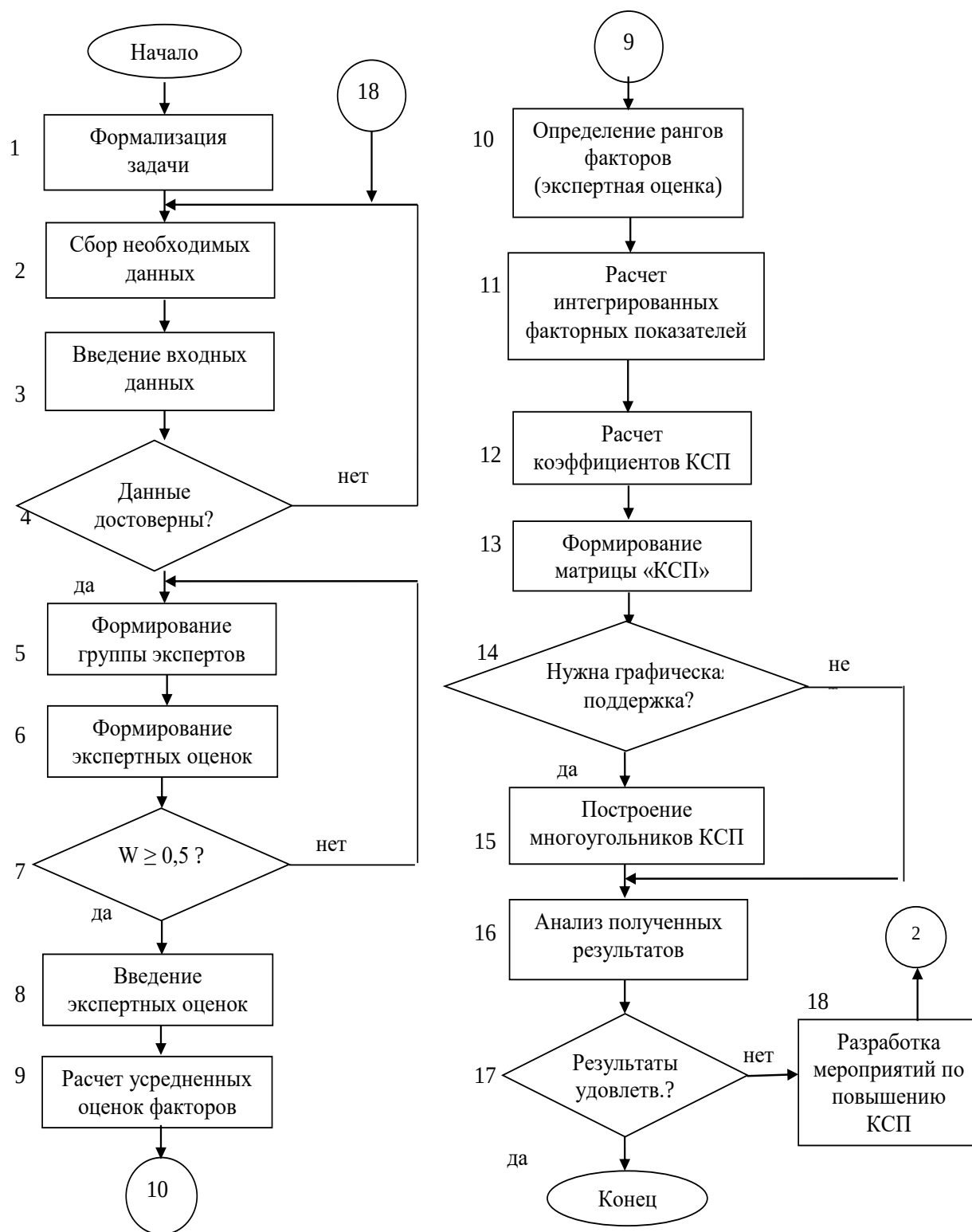


Рисунок 1.4 – Схема алгоритма реализации процедуры оценивания и анализа конкурентного статуса предприятия

В третьем блоке предусмотрено введение входных исходных данных. Четвертый блок проверяет достоверность данных: если они не достоверны,

то необходимо вернуться к блоку номер один. Если данные достоверны, то осуществляется переход к блоку номер пять, в котором формируются экспертные оценки. В шестом блоке предусмотрено введение каждым экспертом численных значений факторов для каждого предприятия. В седьмом блоке происходит оценка степени согласованности экспертов с помощью коэффициента конкордации. В случае, когда коэффициент конкордации $W > 0,5$, осуществляется переход к 8 блоку – введение экспертных оценок. В противном случае необходимым становится переформирование группы экспертов – то есть происходит переход к 5 блоку. Расчет усредненных численных значений факторов содержится в 9 блоке. В блоке номер 10 происходит определение рангов факторов экспертами. Расчет интегрированных факторных показателей осуществляется в 11 блоке. В блоке 12 происходит расчет численного значения коэффициента КСП. Предлагаемая матрица «КСП» формируется в 13 блоке. В 14 блоке предусмотрено графическую поддержку решения задачи: если она нужна (да), то осуществляется переход к блоку номер 15, в котором строится параметрический многоугольник КСП; если не требуется (нет), то осуществляется переход к блоку номер 16. Анализ коэффициентов конкурентного статуса каждого предприятия происходит в 16 блоке. Блок 17 предназначен для оценки удовлетворительности полученных результатов, то есть численного значения КСП.

Если результаты определены как неудовлетворительные, то осуществляется переход к блоку номер 18, где необходимо разработать меры по повышению уровня КСП и вернуться в блок номер 1. В том случае, когда полученные результаты расчета конкурентного статуса предприятия являются удовлетворительными, можно считать, что решение задачи полностью завершено.

Предлагаются математические модели расчета показателя конкурентного статуса предприятия с учетом рекомендаций, которые

приведены в монографиях [25, с. 63-64; 9, с. 117, 118], определить по следующим формулам:

$$R_j(k) = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \frac{K_j}{S_j} \arg a_{ij} \quad (1.4)$$

и / или

$$R_j(k) = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \frac{K_j}{S_j} \arg a_{ij} \quad (1.5)$$

где $R_j(k)$ – ранг j -го предприятия, $j = (\overline{1, m})$; K_j – показатель конкурентного статуса j -го предприятия; m – количество предприятий-конкурентов, выбранных для анализа; $j(k)$ – номер j -го предприятия, который имеет k -ый ранг; S_j – площадь n -угольника конкурентного статуса j -го строящегося на векторах, соответствующих выбранным факторам; a_{ij} – интегрированный i -ый факторный показатель по j -му предприятию, $i = (\overline{1, n})$; n – количество факторов оценки конкурентного статуса предприятия.

Для расчета площади n -угольника конкурентного статуса j -го строящегося на векторах, соответствующих выбранным оценочным факторам, с учетом рекомендаций [9, с. 119] используется такая авторская формула:

$$S_j = \frac{1}{2} \sum_{i=1}^n \frac{K_j}{S_j} \arg a_{ij} \quad (1.6)$$

Расчет интегрированных факторных показателей (a_{ij}) производится по формуле:

$$a_{ij} = c_{ij} b_i, \quad (1.7)$$

где c_{ij} – усредненная экспертная оценка i -го факторного показателя по j -му предприятию; b_i – ранг i -го факторного показателя, соответствует условию:

$$\sum_{i=1}^n b_i = 100 \quad (1.8)$$

Модель анализа конкурентного статуса предприятия базируется на соответствующей интегрированной оценке, сформированной как многомерный объект. Такой подход предоставляет возможность исследовать рыночные позиции различных предприятий-конкурентов при условии ранжирования численных значений коэффициентов, характеризующих конкурентный статус каждого из них.

Математическую модель анализа конкурентного статуса предприятия представлено в таком виде:

$$\Delta K_j = K_j^{\Phi} - K_j^{\Pi} \geq 0, \quad (1.9)$$

где ΔK_j – абсолютное отклонение значения показателя конкурентного статуса по j -му предприятию; K_j^{Π} , K_j^{Φ} – плановое и фактическое значение показателя, характеризующего конкурентный статус j -го предприятия соответственно.

Возможно также использование таких математических моделей анализа:

$$K^{t+1}_j \geq K^t_j, \quad (1.10)$$

где K^{t+1}_j , K^t_j – численное значение коэффициента конкурентного статуса j -го предприятия в $(t+1)$ -м и t -м периоде времени соответственно;

$$\Delta K_j = K^r - K_j^{\Phi} \rightarrow 0, \quad (1.11)$$

где K^r – численное значение коэффициента конкурентного статуса гипотетического предприятия или предприятия бенчмарк.

1.4. Анализ научно-методических подходов к оценке конкурентного потенциала предприятия

В условиях рыночной экономики, усиление конкурентной борьбы за рынки сбыта превзойти конкурентов, «перетащить» на себя часть существующего спроса возможно только в том случае, когда отечественные предприятия смогут обеспечить конкурентные преимущества на занятых сегментах рынка или сосредоточить свои усилия на нетронутых участках рынка, создавая свои целевые сегменты. Особенно данная задача актуализируется в условиях открытия рынков для отечественных предприятий за рубежом, а также и для открытых рынков Украины для иностранных компаний.

Поэтому остро встает вопрос о формировании потенциала развития предприятия, то есть таких его возможностей, которые обеспечивали бы эффективное функционирование предприятия на перспективных сегментах отечественных и зарубежных рынков сбыта продукции.

Процесс формирования потенциала предприятия, как системное управление процессами создания и развития предприятия, должен основываться на определении базовой категории «потенциал». Под конкурентным потенциалом предприятия ($K_{ПП}$) согласно [80, с. 24] понимают внутренние и внешние возможности предприятия, которые

позволяют ему проводить эффективную конкурентную борьбу на рынке. Конкурентные возможности – это ключевые сильные стороны предприятия, которые позиционируют его на рынке [81, с. 78]. Большинство основных конкурентных возможностей являются характеристиками предприятия, с помощью которых оно заявляет о себе клиентам и которые делают предприятие и его продукцию уникальными. Иными словами, с одной стороны, конкурентные возможности – это конкурентные стратегические активы, демонстрирующие ценность, которую предприятие приносит своим клиентам. С другой стороны – это активы, от которых зависит то, как предприятие сможет противостоять новым угрозам со стороны конкурентов – угрозам, о существовании которых оно, возможно, даже не догадывается и которые могут появиться в результате радикальных изменений в мире высоких технологий. Выявление и использование таких уникальных качеств позволит предприятию конкурировать с другими производителями в рыночной среде, которое динамично развивается.

Рост научного интереса к проблеме оценки конкурентного потенциала промышленного предприятия актуализирует рассмотрение вопроса анализа методологического и методического материалов, научно-методических подходов к оценке конкурентного потенциала предприятия.

В публикациях, посвященных определению потенциала предприятия, рассматриваются различные аспекты этого вопроса: от существования значительных различий в определении самого понятия потенциала, его сущности, состава и соотношения с другими категориями до методологии расчета численного значения интегрального показателя [82–87].

Конкурентный потенциал компании в работе Андреева А. Г. [88] предлагается определять как часть общего потенциала, который обеспечивает достижение конкурентных преимуществ компании в условиях внутрифирменных трансформаций и влияния внешних рыночных сил. Таким образом, предлагаемая методология определения конкурентного потенциала

предприятия позволяет охватить все основные внутрифирменные процессы, протекающие в различных функциональных сферах его внутренней среды в сравнении с основными конкурентами. В результате обеспечивается системный взгляд на рыночную деятельность предприятия, который позволяет выявить все сильные и слабые стороны, а также разработать на этой основе комплексную методику оценки возможностей долгосрочного перспективного развития предприятия.

Оценку конкурентного потенциала предприятия предлагается проводить в форме комплексного, поэтапного и поэлементного исследования. При комплексной форме оценки потенциала исследуются все его составляющие, которые интегрируются в единый показатель. В качестве основного метода интегрирования показателей применяется экспертный или рейтинговый.

При поэтапной оценке акцент делается на главные критерии, которые определяют способность предприятия достигать поставленные на каждом из этапов задания. Информационное обеспечение расчетов основывается на действующей государственной статистической и бухгалтерской отчетности, а также данных специально проведенных исследований.

На первом этапе автор рекомендует выделить шесть основных составляющих – критериев, каждый из которых по-своему влияет на конкурентный потенциал. К этой группе критериев отнесены следующие: организационно-управленческий потенциал; финансово-экономический потенциал; научно-технический и инновационный потенциал; производственный потенциал; рыночно-сбытовой потенциал; социальный потенциал. Главная проблема в расчетах сводится к детализации критериев, обеспечивающих комплексную оценку конкурентного потенциала предприятия.

Организационный потенциал предлагается рассматривать с точки зрения эффективности организационно-правовой формы, организационной

структуры, структуры управления, инфраструктуры предприятия, а также изучение его кооперационных связей, уровня специализации и концентрации производства.

Для оценки финансово-экономического потенциала предприятия в практике работы предприятий продолжают применять только стандартные методики финансового анализа, основанные на расчетах и анализе: доходов от реализации, внереализационных доходов, расходов производства (себестоимости продукции), распределения прибыли, рентабельности, точки безубыточности, кредиторской и дебиторской задолженности, состояния собственных оборотных средств (наличие, прирост, избыток или недостаток), структуры капитала, эмиссионного дохода, объема финансово-эксплуатационных потребностей [89].

При этом потенциал можно рассматривать по отношению к внутрихозяйственным возможностям предприятия в следующих направлениях: определение уровней финансово-экономических показателей и их характеристики; интегральный рейтинговый экспресс-анализ финансово-экономической деятельности предприятия, характеризующий его ликвидность, платежеспособность и финансовую устойчивость; оценка финансового потенциала по критерию «возможность привлечения дополнительного капитала». Это позволяет обозначить наиболее эффективные формы вложения капитала и будет определяться степенью привлекательности предприятия для потенциального инвестора; оценка финансового потенциала по критерию «наличие эффективной системы управления финансами», осуществляемая путем определения наличия на предприятии систем бюджетного планирования, плановых отчетов, планирование коэффициентным методом.

Научно-технический потенциал в полной мере может быть оценен на базе исследований, которые проводятся в ведущих исследовательских институтах, в соответствии с которыми учитываются следующие позиции [90]: анализ реальных научно-технологических ресурсов предприятий. К

формальным критериям оценки данных возможностей можно отнести уровень финансово-экономического состояния предприятий, от которого в прямой зависимости находится количество внедряемых технологических процессов и номенклатура инновационной продукции [91]. Имеющиеся технологии анализируются с точки зрения их соответствия современным технологическим укладам; анализ скрытых технологических ресурсов. Для такой оценки целесообразно использовать SWOT-анализ [25, 92–94]; анализ диффузии сил, вектор действия которых направлен на увеличение реальных и скрытых научно-технологических ресурсов. Размер научно-технологических ресурсов зависит от интенсивности развития процессов создания, производства и внедрения инноваций, непрерывной модернизации производства и сферы услуг на базе современных высоких технологий, направлений реструктуризации предприятий. Инновационный потенциал предлагается оценивать с помощью следующих показателей: количество внедренных изобретений, рационализаторских предложений; число освоенных новых технологий, новых видов продукции (работ, услуг); объем НИОКР; средний возраст выпускаемой продукции; конкурентоспособность выпускаемой продукции; патентная защищенность выпускаемой и применяемых технологий.

Детализированная оценка производственного потенциала, по мнению экономиста Котелевской Н. В. [95], может быть проведена по следующим направлениям исследования: оценка состояния производственной составляющей; оценка состояния материальной составляющей; оценка состояния кадровой составляющей.

Рыночно-сбытовой потенциал предприятия в статье [88] предлагается определять, исходя из анализа: объема реализации продукции в стоимостном выражении и в ассортименте; основных поставщиков сырья, потребителей продукции, основных рынков сбыта, остатков готовой продукции на складе в стоимостном и натуральном выражении, максимального и минимального пределов цен выпускаемой продукции, конкурентной стратегии.

Социальный потенциал характеризует стоимость основных непроизводственных фондов, виды и объем социальных выплат работникам, текущие расходы на социально-культурные мероприятия, стоимость содержания объектов социальной инфраструктуры предприятия [88].

Анализ последних публикаций, посвященных проблемам оценки конкурентного потенциала предприятия, позволяет выделить наиболее удачный подход, предложенный учеными Мерзликиной Г. С. и Шаховской Л. С. в работе [96], согласно которому к предметным его составляющим необходимо отнести:

- рыночный потенциал: потенциальный спрос на продукцию и доля рынка, занимаемая предприятием, потенциальный объем спроса на продукцию предприятия, предприятие и рынок труда, предприятие и рынок факторов производства;

- производственный потенциал: потенциальный объем производства продукции, потенциальные возможности основных средств, потенциальные возможности использования сырья и материалов, потенциальные возможности профессиональных кадров;

- финансовый потенциал: потенциальные финансовые показатели производства (прибыльности, ликвидности, платежеспособности), потенциальные инвестиционные возможности.

К этим составляющим элементам, по рекомендациям российских ученых Ерохина Д. В. и Галушки Д. В. [81, с. 76-80], можно добавить следующие:

- организационный потенциал, который предлагает анализ эффективности организационной структуры, структуры управления, инфраструктуры предприятия, а также изучение его кооперационных связей, уровня специализации и концентрации производства и др;

- инновационный потенциал, оцениваемый с помощью следующих показателей: количество внедренных изобретений, рационализаторских

предложений; число освоенных новых технологий, новых видов продукции (работ, услуг); объем научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ; средний возраст выпускаемой продукции; конкурентоспособность выпускаемой продукции; патентная защищенность выпускаемой и применяемых технологий;

- сбытовой потенциал, который определяется исходя из анализа объема реализации продукции в стоимостном выражении и в ассортименте, основных поставщиков сырья, потребителей продукции, основных рынков сбыта, остатков готовой продукции на складе в стоимостном и натуральном выражении, максимального и минимального пределов цен выпускаемой продукции, конкурентной стратегии;

- социальный потенциал, характеризующий стоимость основных непроизводственных фондов, виды и объем социальных выплат работникам, текущие расходы на социально-культурные мероприятия, стоимость содержания объектов социальной инфраструктуры предприятия.

Оценку конкурентного потенциала предприятия эти соавторы предлагают проводить в форме комплексного, поэтапного и поэлементного исследования. При комплексной форме оценки потенциала исследуются все его составляющие, которые интегрируются в единый показатель. В качестве основного метода интегрирования показателей применяется экспертный или рейтинговый. При поэтапной оценке акцент делается на главные критерии, которые определяют способность предприятия решать поставленные на каждом из этапов задания. Информационное обеспечение расчетов основывается на действующей государственной статистической и бухгалтерской отчетности, а также данных специально проведенных исследований. Главная проблема в расчетах сводится к детализации критериев, обеспечивающих комплексную оценку конкурентного потенциала предприятия.

Для определения интегрального показателя оценки конкурентного потенциала целесообразно выполнить следующее:

- а) определить веса показателей и критериев;
- б) установить балльные оценки по каждому показателю для предприятия;
- в) определить численное значение искомого интегрального показателя.

Для определения веса критериев оценки конкурентного потенциала рекомендовано использование теории конкурентных преимуществ предприятия, согласно которой к конкурентным преимуществам низкого порядка можно отнести производственный, финансово-экономический и социальный потенциал; к преимуществам высокого порядка – организационно-управленческий, рыночно-сбытовой, научно-технический и инновационный потенциал.

Преимущества низкого порядка – это преимущества с малой устойчивостью, неспособные обеспечить преимущества над конкурентами надолго. Поэтому они оцениваются более низко, чем преимущества высокого порядка, для уничтожения которых конкурентам требуются большие затраты, усилия и время.

Преимущества высокого порядка достигаются за счет: выпуска на рынок уникальной продукции, основанной на собственных конструкторских разработках; анализа диффузии сил, вектор действия которых направлен на увеличение реальных услуг; достаточного объема НИОКР; высокого уровня конкурентоспособности продукции; патентной защищенности продукции и применяемых технологий.

Обобщающей характеристикой конкурентного потенциала предприятия может служить полученный в результате расчетов интегральный показатель. Отставание локальных потенциалов друг от друга будет свидетельствовать о наличии узкого места, которое будет объектом детального анализа и поиска путей его расширения.

Оценка внешнего потенциала (внешних возможностей) базируется на ситуационном анализе с использованием SWOT-анализа [95, с. 188-190; 94, с. 37]. Он определяет место, занимаемое предприятием в общем экономическом пространстве, его сильные и слабые стороны по отношению к основным конкурентам исследуемого предприятия, позволяет в конечном итоге определить направления повышения внутреннего конкурентного потенциала.

Достаточность потенциала свидетельствует о наличии у предприятия начальных возможностей для роста и развития. Результатом этого этапа является оценка эффективности стратегии развития и корректировка программы развития с учетом изменений внутренней и внешней конкурентной среды. Принимая все это во внимание, следует признать самыми надежными стратегиями обеспечения конкурентоспособности: уникальность и лидерство качества, а также выборочная специализация. В противном случае проводится разработка и выбор альтернативных стратегий формирования и развития предприятия в соответствии с имеющимся конкурентным потенциалом.

Целью расчета интегрального показателя конкурентоспособного потенциала предприятия является получение комплексной характеристики, которая позволит проводить оценку его конкурентных позиций и обеспечит управление конкурентоспособностью предприятия и на этой основе даст возможность разрабатывать корпоративную и конкурентные стратегии предприятия [97].

Формализованная оценка элементов, которые образуют конкурентоспособный потенциал предприятия (*КПП*), может быть проведена на основе оценки каждого элемента. Используя полученные результаты, можно рассчитать интегрированный показатель *КПП*.

Анализ численного значения показателя *КПП* позволяет оценить состояние предприятия по отношению к его конкурентам и разработать управленческое решение в направлении сохранения или улучшения

конкурентных позиций предприятия. Каждое из этих решений предполагает сравнение конкурентной позиции предприятия и его конкурентов.

Конкурентная позиция предприятия определяется по формуле:

$$KПП_{ij} = OE_{ij} / OC_{ij}, \quad (1.12)$$

где $KПП_{ij}$ – конкурентная позиция i -го предприятия по j -му элементу; ($i = (1;n)$, ($j = 1;m$);

OE_{ij} – усредненная экспертная оценка j -го элемента по i -му предприятию;

OC_{ij} – средняя оценка по j -му элементу i -го предприятия [25, с. 113].

Интегральный показатель конкурентоспособного потенциала i -го предприятия рассчитывается по формуле:

$$ИПКП = \sum_{j=1}^m KПП_{ij} \cdot BK_j, \quad (1.13)$$

где BK_j – весовой коэффициент j -го элемента.

Для оценки полученного результата в работе [97] рекомендуется воспользоваться такой шкалой оценки уровня конкурентного потенциала предприятия:

$0 < ИПКП \leq 0,40$ – неудовлетворительный уровень $KПП$;

$0,40 < ИПКП \leq 0,70$ – удовлетворительный уровень $KПП$;

$0,70 < ИПКП < 1,00$ – хороший уровень $KПП$;

$1 \leq ИПКП$ – высокий уровень конкурентоспособного потенциала предприятия.

Таким образом, по результатам сравнения расчетного значения показателя $KПП$ предприятия по данным шкалы делается вывод о фактическом уровне конкурентного потенциала данного предприятия на исследуемом рынке.

Итак, выявление и использование уникальных возможностей позволит предприятию конкурировать с другими производителями в рыночной среде, которая динамично развивается. Такое видение проблемы предоставило возможность дальше реализовать такие положения методического подхода к оценке конкурентного потенциала предприятия:

- конкурентный потенциал предприятия рассматривается как совокупность основных потенциалов;
- основные потенциалы отождествляются с соответствующими возможностями предприятия;
- каждая возможность представлена как совокупность соответствующих локальных потенциалов;
- каждый локальный потенциал оценивается с помощью определенной совокупности частных показателей.

Обобщение предложений ученых относительно основных составляющих элементов конкурентного потенциала предприятия, методических подходов к синтезу этого показателя и оценки его интегрального значения позволило определить перечень основных и локальных потенциалов и состав частных оценочных показателей по каждому локальному потенциалу [85, 94, 98–102]. Каждый из локальных потенциалов отнесен к конкретному виду возможностей предприятия.

В соответствии с этим предлагается выбрать такие виды возможностей (основных потенциалов) предприятия для оценки его конкурентного потенциала: маркетинговые возможности; производственно-технологические; финансово-экономические возможности; трудовые возможности; интеллектуальные возможности; информационные возможности.

Рассмотрим функциональное назначение основных потенциалов — основных составляющих элементов конкурентного потенциала предприятия:

- маркетинговый – удовлетворение потребностей потребителей, повышение уровня конкурентоспособности продукции и предприятия в целом;

- производственно-технологический – повышение эффективности технологий, использование основного и оборотного капитала, повышение технологического уровня производства продукции;

- финансово-экономический – улучшение показателей от результатов финансово-хозяйственной деятельности, обеспеченность финансовыми ресурсами для развития и поддержания оптимальной структуры капитала;

- трудовой – повышение квалификации персонала и обеспечение высокого уровня производительности труда;

- интеллектуальный – результативность выполнения научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, обеспечение высокого уровня организации и координации управленческой деятельности;

- информационный – обеспечение управленцев достоверной информацией для своевременного принятия решений, информационная прозрачность, брендинг.

Перечень локальных потенциалов представлено таким составом: маркетинговые возможности – товарный потенциал, ценовой потенциал, сбытовой потенциал, коммуникационный потенциал; производственно-технологические возможности – технологический потенциал, ресурсный потенциал, производственный потенциал; финансово-экономические возможности – финансовый потенциал, инновационный потенциал, инвестиционный потенциал; трудовые возможности – кадровый потенциал, мотивационный потенциал; интеллектуальные возможности – научно-исследовательский потенциал, управленческий потенциал; информационные возможности – имиджевый потенциал; потенциал информатизации.

Обобщенная характеристика конкурентного потенциала промышленного предприятия приведена в табл. 1.2.

Таблица 1.2 – Характеристика конкурентного потенциала промышленного предприятия

Вид конкурентной способности компании	Локальный потенциал	Частичный оценочный показатель
1	2	3
1. Производственно-технологические возможности	1.1 Технологический потенциал	конкурентоспособность технологий; соответствие технологий требованиям рынка
	1.2 Ресурсный потенциал	степень обновления основных фондов; использование производственных мощностей
	1.3 Производственный потенциал	соответствие оборудования особенностям и объемам рынка; эффективность использования основных фондов
2. Маркетинговые возможности	2.1 Товарный потенциал	контроль качества товара, услуг; гибкость ассортиментной политики; торговая марка; конкурентоспособность товара/услуг
	2.2 Ценовой потенциал	гибкость ценовой политики; система ценовых скидок; соотношение «цена/качество»
	2.3 Сбытовой потенциал	эффективность системы сбыта; маркетинговая логистика
	2.4 Коммуникационный потенциал	эффективность рекламы; персональные продажи; система стимулирования сбыта; репутация; мероприятия PR
3. Финансово-экономические возможности	3.1 Финансовый потенциал	финансовая устойчивость; платежеспособность; деловая активность
	3.2 Инновационный потенциал	стабильность инновационной деятельности; наличие НИОКР; эффективность инновационных проектов
	3.3 Инвестиционный потенциал	инвестиционная привлекательность; внедрение эффективных инвестиционных проектов

1	2	3
4. Трудовые возможности	4.1 Кадровый потенциал	уровень квалификации кадров; коммуникабельность; психологический климат
	4.2 Мотивационный потенциал	эффективная система мотивации кадров; в часть персонала в управлении предприятием
5. Информационные возможности	5.1 Имиджевый потенциал	PR-акции; брендинг; информационная прозрачность
	5.2 Потенциал информатизации	программное и техническое обеспечение; использование маркетинговых инструментов
6. Интеллектуальные возможности	6.1 Научно-исследовательский потенциал	удельный вес работников, имеющих уровень квалификации «магистр» или степень кандидата (доктора) наук по специальности; результативность научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ
	6.2 Управленческий потенциал	уровень регламентации действий работников; степень дискриминации работников; устойчивость рыночных позиций предприятия

Источник: авторская разработка

Объективная необходимость рассмотрения категории потенциал предприятия возникла в первую очередь в связи с высокой вариативностью факторов, влияющих на развитие предприятия как сложной организационно-экономической системы.

Темпы роста конкуренции на современных рынках увеличиваются до такой степени, что в современных условиях недостаточно рассматривать только показатели, которые будут характеризовать только современное состояние и условия функционирования предприятия. Насущной необходимостью является разработка показателя, который отражал бы существующие возможности предприятия по обеспечению достижения нового рыночного пространства в условиях неопределенности внешнего окружения. Особенно это важно для предприятий-товаропроизводителей, поскольку существует необходимость рассматривать предприятие в более

широкой перспективе, чем это предусмотрено существующими показателями оценки его деятельности.

Такой подход позволит подробно рассматривать возможности предприятия к привлечению инвестиций, а главное, даст ответ на вопрос не столько об определении рыночной цены предприятия, сколько о возможности достичь определенности в разработке тех секторов рынка, которые на сегодняшний день являются прогнозируемыми с точки зрения их привлекательности в перспективе.

1.5. Графическая поддержка оценивания конкурентоспособности предприятия

В Украине формируется общественно-политическая ситуация, связанная с преодолением кризисных явлений и переходом к этапу практической реализации задач долгосрочной стратегии устойчивого развития и структурно-инновационной перестройки украинской экономики при условии удовлетворения потребностей потребителей. Стратегическим ориентиром структурной перестройки экономики страны, базисом ее укрепления является становление конкурентоспособных промышленных предприятий, способных обеспечить равноправное партнерство в мировом экономическом сообществе.

Основой укрепления экономики Украины в современных рыночных условиях хозяйствования является конкурентоспособная промышленность. Предприятия промышленного сектора экономики сегодня испытывают большие трудности, постепенно преодолевая кризисные ситуации, которые несет рыночное окружение. Нестабильность внешней среды требует от предприятий мобильности, гибкости, высокой готовности удовлетворять

меняющиеся потребности рынка, своевременного и адекватного реагирования на изменения рыночной ситуации. Способность быстро приспосабливаться к различным стохастическим изменениям внешней среды стала ключевым фактором повышения конкурентоспособности промышленных предприятий – рыночных субъектов хозяйствования, что дает основание считать проблему оценки и обеспечения высокого уровня их конкурентоспособности важной.

В современных условиях одним из направлений стратегического развития и структурной перестройки промышленного комплекса Украины является индустриальная модернизация, что обуславливает повышенное внимание к обеспечению конкурентоспособности промышленных предприятий [9]. Реализация этих требований возможна на основании последовательного применения арсенала теории конкуренции, ее научно-практического и методического инструментария в пределах предметного пространства, касающегося проблемы оценки конкурентоспособности промышленных предприятий. В сложившейся ситуации достаточно важно системное исследование теоретических и методических аспектов оценки и обеспечения высокого уровня конкурентоспособности промышленного предприятия.

Это требует исследования хронологии существенных изменений в подходах к определению интегрированного показателя конкурентоспособности промышленного предприятия, изучения опыта, проведения критического анализа теории и практики оценки конкурентоспособности, методических рекомендаций по выбору и расчету его отдельных локальных оценочных показателей, а также визуализации полученных результатов с целью формирования наиболее адекватных современной конъюнктуре рынка научно-методических подходов.

Ключевой задачей каждого предприятия – товаропроизводителя является обеспечение конкурентных позиций на рынке, что возможно при

условии поддержки запланированного уровня его конкурентоспособности. Управление процессом приспособления предприятия к изменяющимся условиям внешнего окружения реализуется через управление конкурентоспособностью, что требовало формализации общего его критерия – интегрального показателя конкурентоспособности.

Было обнаружено, что многие факторы внешней среды с разной степенью оказывают влияние на уровень конкурентоспособность предприятий-товаропроизводителей. Каждое предприятие самостоятельно решает проблему обеспечения достижения запланированного бизнес-планом стратегического показателя его развития – уровня конкурентоспособности, используя для этого тот или иной методический подход. По результатам проведенных исследований было установлено, что на протяжении последних десятилетий ученые предлагают к использованию различные рекомендации, основанные на использовании той или иной совокупности показателей, подлежащих оценке.

В последнее время широкое применение получили графо-аналитические методы оценки конкурентоспособности предприятия (табл. 1.3), являющиеся удобным инструментом сравнения возможностей промышленного предприятия и его основных конкурентов. Графическое отображение оценок положения предприятия и конкурентов по наиболее значимым направлениями деятельности изображают в виде векторов-осей. Авторами статьи структурированы научно-методические подходы к оценке конкурентоспособности предприятия в целом и ее составляющих в хронологической последовательности, результаты которой приведены в табл. 1.3.

Таблица 1.3 – Хронология применения графических методов

Автор	Год	Графический инструментарий	Сфера практического применения
1	2	3	4
Оливье А., Дайан А., Урсе Р.	1993	Гипотетический многоугольник конкурентоспособности	Анализ факторов, влияющих на конкурентоспособность фирмы
Соколова Л. В	1996	Диаграмма значимости факторов конкурентоспо- ности предприятия	Выявление «зон слабой конкурент- ции» с целью повышения уровня конкурентоспособности предприятия
Репина И. М.	1998	Квадрат потенциала	Диагностика предпринимательского потенциала предприятия
Голубков Е. П.	1998	Многоугольник конкурентоспособности	Анализ уровня конкурентоспособности способности фирм по разным факторами
Гурков И.	1999	Метрический многоугольник	Определение уровня конкуренто- способности предприятий по шести параметрам
Соколова Л.В.	1999	Многоугольник конкурентоспособности	Оценка уровня конкурентоспособности предприятия по пяти факторам
Завьялов П. С.	2000	Многоугольник конкурентоспособности	Оценка и анализ конку- рентоспособности фирмы, товара
Мошнов В. А.	2005	Сфера рыночной оценки конкурентных позиций предприятия	Оценка обобщенного критерия внутренней конкурентоспособности предприятия
Скопина И. В.	2005	Многоугольник рейтинговой оценки конкурентоспособности предприятия	Определение рейтинга предприятия на рынке сбыта
Маслов Д., Ватсон П., Чилишы Н.	2005	Многоугольник коммуникационного профиля организации	Разработка коммуникационного профиля и детальный анализ направлений улучшения системы менеджмента
Милов А. В., Милевский С.В.	2007	Пятиугольник конкурент ных преимуществ предприятия	Выбор конкурентной стратегии для предприятия
Гетман А. Шаповал В. М.	2007	Многоугольник конкурентоспособности предприятия	Графический способ представления конкурентоспособности предприятия
Котелевская Н. В.	2007	Радар конкурентоспособности предприятий	Диагностика конкурентоспособности предприятия
Посылкина О.В., Костюк А.В., Деренська Я.М.	2008	Радар инвестиционной привлекательности инновационных проектов	Оценка инвестиционной привлека- тельности трех инновационных проектов в условиях фармацевти- ческого производства с целью выбора лучшего по выбранному критерию - комплексным показателем

1	2	3	4
Попов А.Е., Котов А.Н., Зайцева Т.	2009	Радар результативности корпоративного контроля	Оценка результативности корпоративного контроля
Дементьева Т. А.	2009	Восьмиугольник инновационного потенциала персонала (ИПП)	Определение уровня использования инновационного потенциала персонала
Квятковская Л. А.	2010	Многоугольник (пятиугольник) оценки производственного потенциала	Определение уровня использования производственного потенциала предприятия
		Пирамида количественной оценки производственного потенциала в разрезе сбалансированной системы показателей	Количественная оценка производственного потенциала машиностроительного предприятия с использованием сбалансированной системы показателей
Верясова Г. М.	2010	Радар конкурентной позиции предприятия	Определение конкурентных позиций предприятий
Махнуша С.М.	2010	Циклограмма рыночных позиций бренда	Оценка рыночных позиций бренда и определение стратегических ориентиров развития

Источник: авторская разработка

Результаты проведенного обобщения наглядного представления оценки конкурентоспособности предприятия представлены на рисунке 1.5 (а-з) согласно разработкам ученых: а – Маслов Д., Ватсон П., Чилиши Н. [103], б – Котелевская Н. В. [104], в – Квятковская Л. А. [105], г – Попов А.Е., Котов А. Н., Зайцева Т. [106], д – Милов А. В., Милевский С. В. [107], е – Гетьман О. О. Шаповал В. М., [90], ж – Соколова Л. В. [108], з – Верясова А. Н. [110], Скопина И. В. [111], которые в своих научных трудах предлагают оценивать уровень конкурентоспособности по пяти факторам в виде пятиугольников конкурентоспособности. Однако методические подходы и набор оценочных факторов (критериев, параметров) у авторов отличается.

Так, ученые Маслов Д., Ватсон П., Чилиши Н. предлагают оценивать конкурентоспособность предприятия на основе разработки коммуникационного профиля и подробно осуществлять анализ направлений

улучшения системы менеджмента на предприятии с помощью таких критериев, как координация, мотивация, контроль, прогнозирование/планирование, организация.

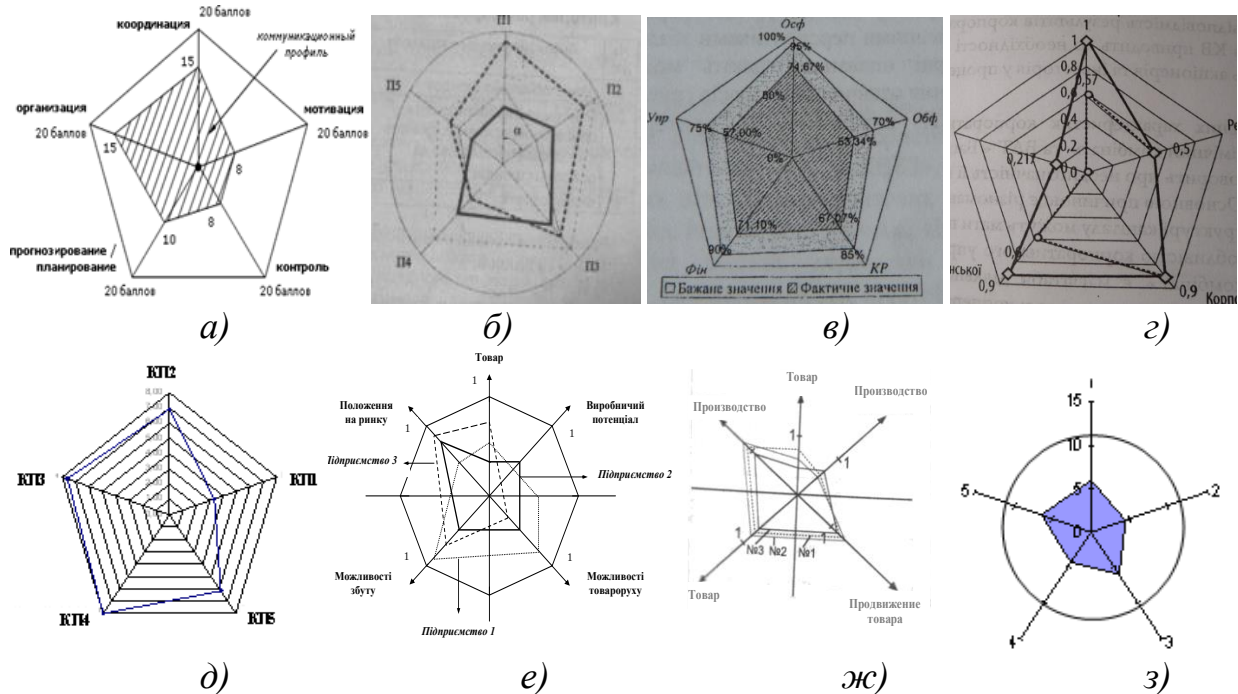


Рисунок 1.5 – Пятиугольники конкурентоспособности [94, 104–110]

В работе [105] Котелевская Н. В. рекомендует с помощью графического изображения пятиугольника конкурентоспособности реализовывать процедуру диагностики предприятия.

Экономист Квятковская Л. А. использует графоаналитическую модель многоугольника для расчета производственного потенциала, образованного векторами – структурными элементами производственного потенциала в составе: основные фонды, оборотные фонды, кадровые ресурсы, финансы, управление. Модель является классической интерпретацией не только конгломеративности и синергийности различных составляющих производственного потенциала предприятия, но и оценки конкурентоспособности предприятия.

Авторы работы [107] Попов О. Е., Котов А. М., Зайцева Т. предлагают оценивать уровень корпоративного управления в акционерных обществах и одновременно характеризовать степень сосредоточенности акционерного капитала по таким критериям, как влияние акционеров, регламентация деятельности органов высшего руководства, корпоративная культура, результаты управленческой деятельности, корпоративное развитие.

В модели авторов Милова А. В., Милевского С. В. осуществляется выбор конкурентной стратегии для предприятия с помощью вектора стратегических приоритетов, направленного в сторону наиболее развитых групп конкурентных преимуществ: конкурентные преимущества объекта управления и конкурентных преимуществ системы оптимизации управления.

В качестве синтезирующих факторов конкурентоспособности при построении многоугольника конкурентоспособности учеными Гетманом О. О. и Шаповал В. М. были выбраны следующие: товар, положение на рынке, возможности сбыта, возможности товародвижения, производственный потенциал. К сожалению, авторы работы не представили характеристику (перечень, описание и конкретные численные значения) локальных оценочных показателей по каждому фактору конкурентоспособности, что снижает научную ценность данного, далеко не нового, методического подхода к оценке конкурентоспособности предприятия.

С целью графической поддержки процедуры оценки конкурентоспособности предприятий в работе [108] ученый Соколова Л. В. предлагает применять метод параметрических многоугольников, согласно которому необходимо для каждого исследуемого предприятия-конкурента построить многоугольник конкурентоспособности с последующим расчетом их площадей по авторской формуле. Предприятию, которому соответствует максимальное значение площади параметрического многоугольника, присваивается коэффициент конкурентоспособности, равный 1. Для других

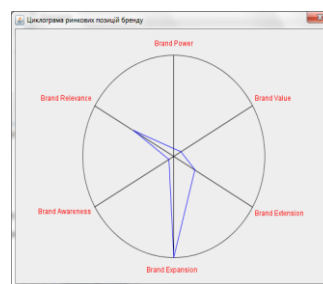
компаний коэффициент конкурентоспособности определяется отношением каждой площади к максимальному значению.

Аналитический метод, описание которого приведено в статье [109] автора Верясовой А. Н., поддерживается изображением многоугольника, построенного внутри оценочного круга по факторам влияния на конкурентную позицию предприятия в составе таких, как конкурентоспособность товара, положение на рынке, эффективность организации сбыта, система продвижения, экологичность предприятия. Оценочным показателем конкурентной позиции является относительная плоскость этого многоугольника плоскости оценочного круга.

При анализе рейтинговых оценок ученый Скопина И. В. выделяет три зоны конкурентоспособности предприятия: 1 зона – доминирующая позиция; 2 зона – крепкие и благоприятные позиции; 3 зона – нежизнеспособные позиции. В качестве максимальной площади многоугольника выступает площадь базового многоугольника. В качестве инструментального средства поддержки принятия решений по оценке конкурентоспособности предприятия авторы Гурков И. и Махнуша С. М. используют шестиугольники (рис. 1.6).



а)



б)

Рисунок 1.6 – Шестиугольники конкурентоспособности [111, 112]

Так, в статье [112] предложен метод, основанный на построении метрического многоугольника по таким параметрам, как уровень затрат, уровень цен, уровень качества, эффективности системы скидок,

отлаженность системы сбыта, известность торговой марки. Графическая интерпретация данного метода изображена на рисунке 1.6 а).

В работе [112] уделяется особое внимание оценке рыночной позиции бренда, как составляющей коммуникационной политики предприятия, влияет на конкурентоспособность последнего. С помощью циклограммы рыночных позиций проводится оценка рыночных позиций бренда и определяются стратегические ориентиры развития предприятия. Циклограмма рыночных позиций бренда строится на основе таких характеристик бренда: количество потребителей (Brand Expansion), количество товарных категорий (Brand Extension), стоимость бренда (Brand Value), продажи в категории конкурентов (Brand Power), соответствие потребностям и пожеланиям покупателей (Brand Relevance) и аудитория, которая может вспомнить данный бренд (Brand Awareness) с учетом значений весомостей и относительных оценок.

Экономист Деренская Я. Н. в работе [113] описывает использование метода радара для оценки инвестиционной привлекательности инновационных проектов, внедрение лучшего из которых в деятельность предприятия повысит уровень его конкурентоспособности на рынке в перспективе. Искомый график радара строится на основе комплексных показателей, характеризующих маркетинговую, технико-технологическую, экономическую, финансовую, социальную, институциональную и экологическую привлекательность проекта, которые составляют соответственно семиугольник, расположенный внутри радара. Этот подход составляет следующее звено в нашем исследовании и является представителем семиугольников для оценки конкурентоспособности предприятия (рис. 1.7).

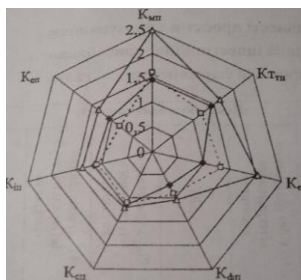


Рисунок 1.7 – Семиугольник конкурентоспособности [113]

Самыми яркими представителями графической интерпретации методики оценки конкурентоспособности в виде восьмиугольников (рис. 1.8 (а-г)) есть работы авторов: а) – Оливье А., Дайан А., Урсе Р. [114], б) – Голубкова Е. П. [116], в) – Завьялова П. С. [116] и г) – Дементьевой Т. А [117].

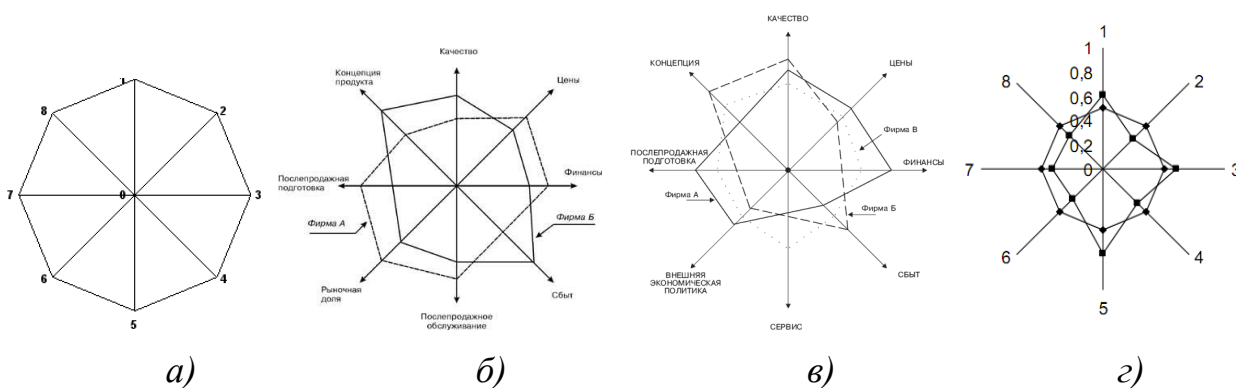


Рисунок 1.8 – Восьмиугольник конкурентоспособности [119–122]

Так в работе [114] для построения гипотетического восьмиугольника было предложено использование таких векторов, как: 1 – концепция, 2 – цены, 3 – качество, 4 – финансы, 5 – торговля, 6 – послепродажное обслуживание, 7 – предпродажная подготовка, 8 – внешняя политика.

Известный российский маркетолог Голубков Е. П. проводит оценку возможностей фирмы, которая позволяет построить многоугольник конкурентоспособности. По каждой оси для отображения уровня значения каждого исследуемого фактора, используется определенный масштаб измерения (достаточно часто в виде балльных оценок). В работе отмечено, что отражая на одном рисунке многоугольники конкурентоспособности для

разных фирм, легко провести анализ уровня их конкурентоспособности по разным факторам. К таким факторам отнесены следующие: концепция, предпродажная подготовка, внешняя политика, послепродажное обслуживание, сбыт, финансы, цены, качество. В работе отсутствует описание конкретной методики применения данного подхода на практике, поэтому приведенная информация носит чисто декларативный характер.

В научной работе ведущего ученого Завьялова П.С. многоугольник конкурентоспособности предоставляет товаропроизводителю возможность установить преимущества и недостатки – как свои собственные, так и конкурентов – на основе определенного круга показателей. Число этих показателей, так же как и число самих фирм, может быть существенно расширено с целью более детального раскрытия состояния конкурентоспособности фирм-конкурентов, количество которых постоянно растет.

В научной работе [117] предложена методика расчета восьми усредненных интегральных индексов, которые используются далее для построения геометрических фигур в единичном круге для визуальной оценки общего состояния ИПП (рис. 1.8 з)). Площадь полученных геометрических фигур можно рассматривать как количественную оценку инновационного потенциала персонала по сравнению с площадью единичного круга (100%). Оценка ИПП через определенные периоды времени (6, 12 месяцев и т.д.) и совмещение геометрических фигур в одной координатной плоскости покажет динамику развития ИПП и возможность принятия решений руководством предприятия для усиления тех или иных составляющих ИПП.

Метод, освещенный в научной работе [118], дает возможность системно установить количественные и качественные связи между отдельными элементами потенциала, уровень его развития и конкурентоспособности и на основании этого обосновать и своевременно реализовать управленческие решения по повышению эффективности функционирования предприятия.

Метод имеет несколько теоретических аспектов, которые необходимо учитывать при обосновании управленческих решений. Графической интерпретацией данного методического подхода является квадрат потенциала, представленный на рис. 1.9.

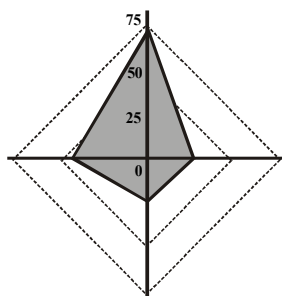


Рисунок 1.9 – Квадрат потенциала [118]

Ученый Мошнов В. А. предлагает проводить процедуру оценки конкурентоспособности предприятия по следующим критериям: конкурентоспособность изделия, финансовое состояние предприятия, эффективность маркетинговой деятельности, рентабельность продаж, имидж (марочный капитал) предприятия, эффективность менеджмента. В качестве наглядного представления такой процедуры используется графическая модель сферы (рис. 1.10).

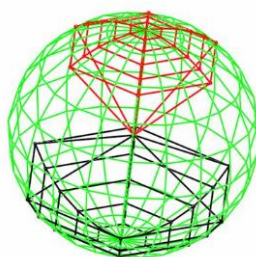


Рисунок 1.10 – Сфера рыночной оценки конкурентных позиций предприятия [119]

Построение имитационной модели рыночного равновесия требует задания координат точек для построения сферы; градуировки; разработки

матрицы данных; выбора формул для вычисления объемов; определения значения радиуса сферы, вычисления объема самой сферы и вписанной в нее геометрической фигуры, характеризующей конкурентоспособность предприятия; определение отношения объема вписанной фигуры к объему сферы.

В современных условиях активного развития информационной экономики для украинских предприятий характерно: объективный существенный рост неопределенности и сложности бизнес-среды; качественное изменение внутренней среды; осознание реальной необходимости анализа тенденций изменений внешнего окружения и разработки адекватных адаптивных реакций; новое понимание сути стратегического управления, что требует определения новых стратегических ориентиров деятельности предприятия на рынке, применения новых методов решения стратегических задач развития предприятия. Это свидетельствует о том, что основной проблемой промышленного предприятия на разных стадиях его жизненного цикла является выживание и развитие.

Ускорение изменений в окружающей среде, появление новых и изменение существующих потребностей потребителей, «клиенторизация» бизнеса, усиление конкуренции, появление новых моделей и возможностей ведения бизнеса, развитие технологических и информационных сетей и ряд других факторов обуславливают рост значения рыночного индикатора в системе стратегического маркетинга — интегрального показателя конкурентоспособности промышленного предприятия и побуждают его руководство реализовывать масштабные инициативы, которые сфокусированы на обеспечении высокого/запланированного уровня конкурентоспособности предприятия. Это обуславливает целесообразность и своевременность проведения процедуры оценки конкурентоспособности предприятия, что требует определения соответствующего критерия оценки. Численной мерой определения конкурентоспособности избран коэффициент

конкурентоспособности – интегральный показатель, характеризующий достигнутый уровень конкурентоспособности предприятия [9]. Такой авторский подход соответствует общей тенденции, что прослеживается в профессиональных научных трудах. Сейчас ученые определяют конкурентоспособность предприятия как обобщающую оценку его конкурентных преимуществ по вопросам формирования ресурсного потенциала, качества удовлетворения потребительского спроса и достигнутой благодаря этому эффективности функционирования промышленного предприятия, имеющие место на момент или в течении периода оценки [103, 120].

Проведенный анализ состояния исследуемой проблемы показал, что существующая классификация методов оценки конкурентоспособности предприятия предусматривает их разделение на отдельные группы по определенному признаку. Чаще всего таким признаком выступает форма представления результатов оценки, согласно которой выделяют графические, матричные, расчетные и комбинированные (расчетно-матричные, расчетно-графические) методы [9, 120–122].

В целом проведение комплексной оценки конкурентоспособности предприятий различных сфер экономической деятельности целесообразно осуществлять на базе системы различных показателей. Конкретная совокупность показателей оценки зависит от выбранного метода оценки конкурентоспособности, отраслевой зависимости и вида экономической деятельности предприятий, на информационной базе которых проводятся определенные исследования.

Основные составляющие научно-методического подхода по получению интегрированной количественной оценки уровня конкурентоспособности предприятия приведены на рис. 1.11.

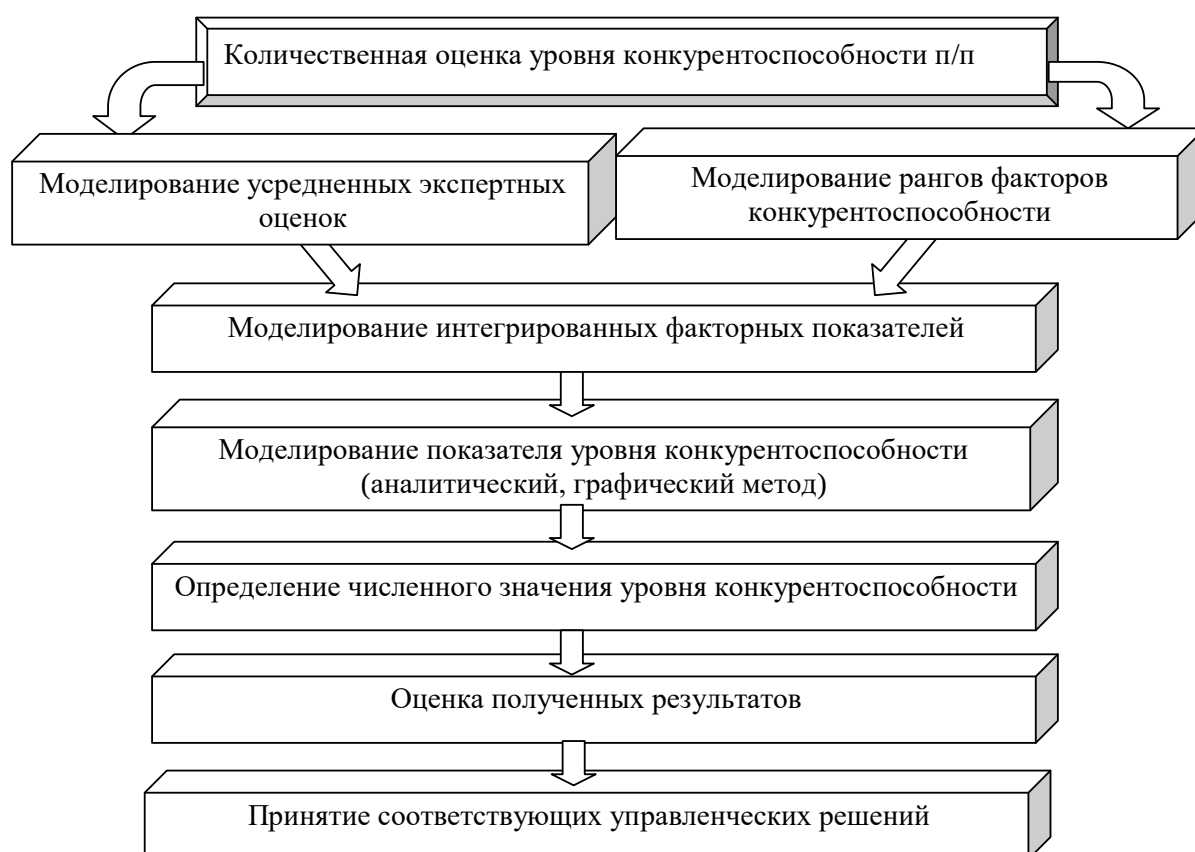


Рисунок 1.11 – Этапы научно-методического подхода к оценке конкурентоспособности предприятия

Источник: авторская разработка

Данный подход к интегрированной оценке конкурентоспособности предприятия подано таким образом: формирование группы экспертов, проведение процедуры оценки уровня согласованности мнений экспертов, выбор предприятий-конкурентов, факторов конкурентоспособности и оценочных локальных показателей по каждому из них, проведение экспертной оценки значений локальных показателей для каждого выбранного фактора конкурентоспособности, ранжирование факторов по методу анализа иерархий Т. Саати, установление последовательности расчета интегрированной оценки конкурентоспособности предприятия, проведение соответствующих расчетов.

Модель интегрированной оценки конкурентоспособности предприятия сформирована как многомерный объект, который позволяет: исследовать поведение каждого из факторов для различных предприятий при условии их ранжирования; сопоставлять расчетные значения оценочных показателей с оптимальными; определять уровни конкурентоспособности предприятий аналитическим и/или графо-аналитическим методами с использованием соответствующих формул (1.14–1.17):

$$KK_j = \frac{V_j}{\max_j V_j}, \quad (1.14)$$

где KK_j – коэффициент конкурентоспособности j -го предприятия, $j = \overline{1, n}$; n – количество предприятий-конкурентов, которые исследуются; V_j – объем n -гранной пирамиды конкурентоспособности j -го предприятия.

Оценочный показатель V_j рассчитывается по известной формуле:

$$V_j = \frac{1}{3} \cdot S_j \cdot H_j \quad (1.15)$$

где H_j – высота искомой n -гранной пирамиды конкурентоспособности j -го предприятия; S_j – площадь n -угольника конкурентоспособности j -го предприятия, строится на векторах, соответствующих выбранным факторам конкурентоспособности.

Оценочный показатель S_j в соответствии с рекомендациями [9, с. 119] рассчитывается по следующей формуле:

$$S_j = \frac{1}{2} \sum_{i=1}^m a_{ij} \cdot a_{i, j+1} \quad (1.16)$$

где m – количество оцениваемых факторов конкурентоспособности; a_{ij} – i -ый факторный показатель за j -м предприятием.

Изучение существующих в современных условиях методических подходов, основанных на использовании графических или графо-аналитических методов, позволило усовершенствовать методический инструментарий графической поддержки результатов расчета интегрального показателя конкурентоспособности промышленного предприятия. В качестве оценочных факторов конкурентоспособности выбрана совокупность интегральных показателей (рис. 1.12).

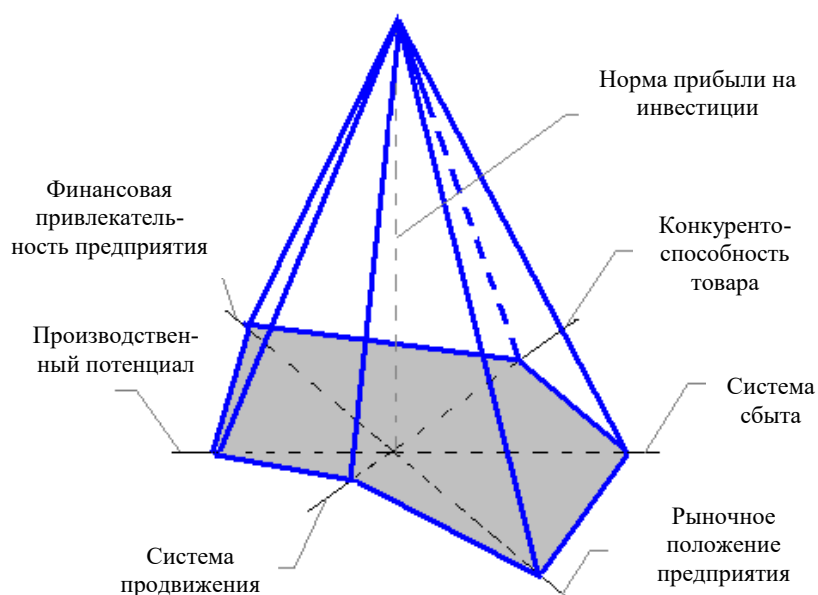


Рисунок 1.12 – Многоугольник конкурентоспособности предприятия

Источник: авторская разработка

Использование разработанных подходов позволяют руководству акцентировать внимание на стратегических оценках функционирования предприятия, выявлять резервы повышения конкурентоспособности, определять конкурентные позиции предприятия на рынках сбыта в соответствии с его рангом по следующей формуле:

$$R_k = \frac{Y}{\sum_{j=1}^n \frac{1}{R_{kj}}} \quad (1.17)$$

где $R_j(k)$ – ранг j -го предприятия, $j = \overline{(1, m)}$; $j(k)$ – номер j -го предприятия, который имеет k -ый ранг, $k = \overline{(1, m)}$.

Согласно результатам оценок уровня конкурентоспособности ($KK_j, R_j(k)$), полученных для данного предприятия в динамике или по результатам сравнения с конкурентами руководство предприятия сможет выбирать действенные меры по улучшению работы по отдельным направлениям, на конкретных участках, на разных рынках.

Признание очевидности обеспечения устойчивого развития отечественной экономики ставит в повестку дня страны необходимость повышения конкурентоспособности предприятий промышленного комплекса. Современные условия развития рынка формируют для предприятий промышленности внешнюю среду, характеризующееся высокой степенью неопределенности и высоким уровнем конкуренции.

Фактор конкуренции для всех промышленных предприятий – субъектов хозяйствования на рынке имеет принудительный характер, в результате чего предприятия под угрозой вытеснения с рынка должны постоянно уделять внимание управлению конкурентоспособностью. Это требует от каждого предприятия способности поддерживать конкурентное положение на рынках сбыта в долгосрочном периоде и требует разработки соответствующей методики оценки уровня конкурентоспособности, использование которой на практике: базируется на применении экспертных оценок и открытой статистической информации предприятий-конкурентов, что снижает трудоемкость поиска необходимой информации; обеспечивает получение актуальной информации касательно стратегического показателя предприятия – интегрального показателя конкурентоспособности; дает возможность руководству проводить анализ важного рыночного индикатора – ранга конкурентоспособности предприятия, способствует своевременной и оперативной корректировке бизнес-плана предприятия; способствует принятию научно обоснованных решений в области управления,

направленных на обеспечение жизнедеятельности предприятия и возможностей развития в течении его жизненного цикла при условии динамичного баланса с меняющимся внешним окружением.

Таким образом, предлагаемая методика оценки уровня конкурентоспособности предприятия позволяет разработать подходы для более обоснованного выбора стратегии выживания и развития промышленного предприятия, создать условия для объективной оценки его конкурентных преимуществ на внешних рынках сбыта и реальных возможностей оптимального их использования в практической деятельности.

Литература к 1 разделу

1. Господарський кодекс України // Відомості Верховної Ради. – 2003. – № 18, № 19-20, № 21-22. – ст. 144.
2. Управління підприємством в умовах ринку : теоретичні та практичні аспекти : моногр. / Л. В. Соколова, Г. М. Верясова, О. Є. Соколов та інші ; за заг. ред. д.е.н. професора Л. В. Соколової. – Х. : ТОВ «Компанія СМІТ», 2012. – 312 с.
3. Про розвиток та державну підтримку малого та середнього підприємництва в Україні [Електронний ресурс] : Закон України від 22.03.2012 № 4618-VI. – Режим доступу : [http : // sfs.gov.ua/zakonodavstvo/...zakonodavstvo/zakoni.../zakoni.../58981.ht...](http://sfs.gov.ua/zakonodavstvo/...zakonodavstvo/zakoni.../zakoni.../58981.ht...) . – Назва з екрану.
4. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2005... . – Режим доступу : search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/FIN19567.html. – Назва з екрану.
5. Сачко, Н. С. Организация и оперативное управление машиностроительным производством : учебник / Н. С. Сачко. – Минск : Новое знание, 2005. – 636 с.

6. Экологический менеджмент [Электронный ресурс] : Свободная энциклопедия. – Режим доступа : <https://ru.wikipedia.org/...> . – Загл. с экрана.
7. Полянцева, А. А. Управление интрапренерскими подразделениями в российских и зарубежных компаниях [Электронный ресурс] / А. А. Полянцева. – Режим доступа : www.econorus.org/consp/files/xbd9.doc. – Загл. с экрана.
8. Соколова, Л. В. Організаційно-економічне забезпечення адаптації підприємств до невизначеності бізнес-середовища : дис. ... д-ра екон. наук : 08.06.01 / Л. В. Соколова ; [Ин-т економіки промисловості НАН України]. – Донецьк, 2006. – 467 с.
9. Соколова, Л. В. Теорія і практика адаптації підприємств до мінливого бізнес-середовища : монографія / Л. В. Соколова. – Харків : ХНУРЕ, 2004. – 288 с.
10. Основные положения подхода к ... [Электронный ресурс]. – udik.com.ua/books/book-794/chapter-28402/. – Загл. с экрана.
11. Українська термінологія у професійному спілкуванні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [https : // pidruchniki.com/.../naukova_komunikatsiya_skladova...](https://pidruchniki.com/.../naukova_komunikatsiya_skladova...) . – Назва з екрану.
12. Словарь маркетинговых терминов. Академия информационных систем [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://infosystems.ru/library/slovar_ais_1218/slovar_marketin_1221.html. – Загл. с экрана.
13. Богацька, Н. М. Конкурентоздатність підприємства [Електронний ресурс] / Н. М. Богацька, І. О. Путь. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/27_NNM_2011/Economics/10_93629.doc.htm. – Назва з екрану.
14. Тридід, О. М. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи : дис. ... доктора екон. наук : спец. 08.06.01. «Економіка, організація і управління підприємствами» / Тридід Олександр Миколайович. – Харків, 2003. – 393 с.

15. Конкурентне середовище підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [https:// proces.biz/MS/Book/LightBook/t2.htm](https://proces.biz/MS/Book/LightBook/t2.htm). – Назва з екрану.
16. Які бувають стратегії конкурентної боротьби [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://vidpo.net/jaki-buvajut-strategii-konkurentnoi-borotbi.html>. – Назва з екрану.
17. Реалізація конкурентної політики підприємництва [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/.../26_168-173_Vis_720_Menegment.pdf. – Назва з екрану.
18. Булах, І. В. Оцінка конкурентоспроможності підприємства сфери телекомунікацій : монографія / І. В. Булах, Т. Б. Надтока. – Донецьк : «ДВНЗ ДонНТУ», 2010. – 244 с.
19. Організація та управління інноваційною діяльністю : підручник / за ред. проф. Перерви П. Г., проф. Меховича С. А., проф. Погорєлова М. І. – Харків : НТУ «ХП», 2008. – 1025 с.
20. Сайт Артёма Кобрина. Теорії та моделі підприємництва [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http : // ak.vzarabotke.com/?p=770](http://ak.vzarabotke.com/?p=770). – Заглов. з екрану.
21. Словарь иностранных слов. – 16-е изд., испр. – М. : Рус. яз., 1988. – 624 с.
22. Парахина, В. Н. Основы теории управления : учеб. пособ. / В. Н. Парахина, Л. И. Ушвицкий. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 560 с.
23. Армстронг, М. Performance management. Управление эффективностью работы / М. Армстронг, А. Барон. – 2-е изд., пер. с англ. – М. : Hippo Publishing: 2007. – 384 с.
24. Осовська, Г. В. Менеджмент організацій : навч. посіб. / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. – К. : Кондор, 2005. – 860 с.

25. Управління діяльністю підприємств у конкурентному середовищі : монографія / Л. В. Соколова, Г. М. Верясова, О. В. Манакова та ін. ; за заг. ред. Л. В. Соколової. – Х. : ТОВ «Компанія СМІТ», 2010. – 190 с.
26. Парнюк, В. Определение понятия «доход» в экономической теории / В. Парнюк // Экономика Украины : науч. журн. 2012. – № 3. – С. 36–48.
27. Словарь современной экономической теории Макмиллана. – М. : «ИНФРА- М», 1997. – С. 231.
28. Тлумачний словник української мови : близько 14 000 сл. і словосполучень / уклад. : Т. В. Ковальова, Л. П. Коврига. – Харків : Синтекс, 2002. – С. 173.
29. Краткий словарь-справочник / Г. И. Будылкин, Ю. М. Малыгин, В. Л. Гринь [и др.] ; под ред. Ю. М. Малыгина. – М. : Агропромиздат, 1991. – С. 30.
30. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI (п. 14.1.56) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T102755.html. – Назва з екрану.
31. Себестоимость [Электронный ресурс] : Свободная энциклопедия. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%B5%D0%B1%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%B8%D0%BC%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C>. – Загл. с экрана.
32. Інструкція зі складання звіту про фінансові результати (про сукупний дохід) затверджено Наказом Міністерства фінансів України № 433 від 28.03.2013 «Про затвердження методичних рекомендацій щодо заповнення форм фінансової звітності». – Режим доступу: <http://www.profiwins.com.ua/uk/letters-and-orders/treasury/3759-433.html>. – Назва з екрану.
33. Бланк, И. А. Словарь-справочник финансового менеджера / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр, 1998. – 480 с.

34. Методические рекомендации по формированию себестоимости продукции (работ, услуг) в промышленности / Утверждено Приказом Министерства промышленной политики Украины от 09.07.2007 г. № 373. – К. : 2007. – 321 с.

35. Макконнелл, К. Р. Экономикс : принципы, проблемы и политика / К. Р. Макконнелл, С. Л. Брю. – М. : «ИНФРА – М», 2005. – 972 с.

36. Господарський Кодекс України 2015 (ст. 142) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15/stru#Stru>. – Назва з екрану.

37. Лебедєва, А. М. Методичні аспекти аналізу рентабельності діяльності підприємства / А. М. Лебедєва // Вісник ОНУ імені І. І. Мечникова. – 2012. – Т.17. – Вип. 3-4. С. 29–36.

38. Лопатников, Л. И. Экономико-математический словарь : Словарь современной экономической науки / Л. И. Лопатников. – 5-е изд., перераб. и доп. – М. : Дело, 2003. – 520 с.

39. Рентабельность [Электронный ресурс] : сайт Финнаука. – Режим доступа: <http://www.finnauka.ru/rentabelnost/sebestoimosti>. – Загл. с экрана.

40. Инженерная энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://engineeringsystems.ru/ekonomika-proizvodstva-na-predpriyatiyah-lesnogo-hozyaystva-i-lesnoy-promishlennosti/pokazateli-rentabelnosti.php>. – Загл. с экрана.

41. Конов, Ю. П. Ускорение использования изобретений (прогнозирование, эффективность) / Ю. П. Конов, С. Ф. Мазнев. – Второе издание, переработанное и дополненное. – М. : «Машиностроение», 1989. – С. 96.

42. Экономическая эффективность [Электронный ресурс] : Свободная энциклопедия. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AD%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F_%D1%8D%D1%84%D1%84%D0%B5%D

0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C. – Загл. с экрана.

43. Ансофф, И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф : пер. с англ. / Под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб. : Питер, 1999. – 416 с.

44. Закон України «Про інвестиційну діяльність» // Відомості Верховної Ради. – 1991. – № 47. – ст. 646.

45. Черваньов, Д. М. Менеджмент інвестиційної діяльності підприємств : навч. посіб. / Д. М. Черваньов. – К. : Знання-Прес, 2003. – 622 с.

46. Юридический словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.bravica.ws/ru/legal/word_9589.htm. – Загл. с экрана.

47. Инвестиционный проект [Электронный ресурс] : Свободная энциклопедия. – Режим доступа: http://ensiklopedia.ru/wiki/%D0%98%D0%BD%D0%B2%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%82. – Загл. с экрана.

48. Бланк, И. А. Финансовый менеджмент : учебный курс / И. А. Бланк. – 2-е изд., перераб. и доп. – К. : Эльга, Ника-Центр, 2004. – 656 с.

49. Инвестиционный проект [Электронный ресурс] : Справочник для экономистов. – Режим доступа: <http://www.catback.ru/articles/theory/invest/efinvproject.htm>. – Загл. с экрана.

50. Экономика организации : учеб. пособие / О. В. Володько, Р. Н. Грабар, Т.В. Зглюй / под ред. О.В. Володько. – Пинск, ПолесГУ, 2011. – 360 с.

51. Ванюшкин, А. С. Управление портфелями проектов на микро и на макроуровне : монография / А. С. Ванюшкин; Тавр. нац. ун-т им. В. И. Вернадского. – Симф. : ТНУ им. В. И. Вернадского, 2012. – 354 с.

52. Волков, В. П. Аналіз і оцінка ефективності реалізації складних проектів: монографія / В. П. Волков, І. Д. Павлов, Ф. І. Павлов ;

Держ. вищ. навч. закл. «Запоріж. нац. ун-т» М-ва освіти і науки, молоді та спорту України. – Запоріжжя : [б. в.], 2012. – 315 с.

53. Методологические основы синтеза офисов по управлению программами и проектами : монография / Л. И. Нефёдов [и др.] ; Харьк. нац. автомобил.-дорож. ун-т. – Х. : ХНАДУ, 2012. – 295 с.

54. Левицкий, С. И. Моделирование проектного управления сложными экономическими объектами : монография / С. И. Левицкий ; науч. ред. чл.-кор. НАН Украины, д-р экон. наук, проф. Ю. Г. Лысенко ; Донец. нац. ун-т. – Донецк : Юго-Восток, 2012. – 339 с.

55. Разумный, Ю. Т. Основы проектирования : монография / Ю. Т. Разумный, А. В. Рухлов ; Гос. вуз «Нац. горный ун-т». – Д. : НГУ, 2013. – 119 с.

56. Сафронов, С. О. Проектний аналіз: інвестиційний аспект : монографія / С. О. Сафронов, Н. А. Караван ; Дніпродзержин. держ. техн. ун-т (ДДТУ). – Дніпродзержинськ : ДДТУ, 2013. – 187 с.

57. Федорович, О. Є. Наукові основи управління великомасштабними проектами та програмами розвитку машинобудування : монографія / О. Є. Федорович, В. М. Ілюшко, Е. Ю. Рубін ; Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського «Харків. авіац. ін-т». – Харків : ХАІ, 2015. – 199 с.

58. Саинчук, А. А. Модели и методы использования аутсорсинга в управлении проектами : монография / А. А. Саинчук ; Одес. нац. мор. ун-т. – Одесса : ТЭС, 2015. – 175 с.

59. Ігнашкіна, Т. Б. Інноваційно-інвестиційний проект : розробка, документування, фінансування / Т. Б. Ігнашкіна, О. В. Товкань. – Д. : Дріант, 2012. – 38 с.

60. Полозова, Т. В. Моніторинг проектних ризиків як складова системи управління інноваційно-інвестиційною спроможністю підприємства / Т. В. Полозова // Системи прийняття рішень в економіці, техніці та організаційних сферах : від теорії до практики : колективна монографія у 2т.

Т.2. / за заг. ред. Савчук Л. М. / Павлоград : АРТ Синтез-Т, 2014. – С. 161–175.

61. Проектний менеджмент : навч. посіб. / Т. М. Хміль, Л. О. Шишмарьова; Харк. нац. екон. ун-т. – Х., 2009. – 128 с.

62. Проектний менеджмент : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / А. В. Гриньов, І. А. Дмитрієв, Д. У. Бікулова, Т. В. Деділова, О. М. Шершенюк; Харк. нац. автомоб.-дор. ун-т. – Х., 2006. – 240 с.

63. Проектний менеджмент : просто про складне : навч. посіб. / В. А. Верба, Л. П. Батенко, О. М. Гребешкова, О. О. Кизенко, В. В. Ліщинська, Г. В. Махова, С. В. Радукан, Г. С. Скитьова; Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана. – К., 2009. – 299 с.

64. Шаруга Л. В. Економічне проектування : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Л. В. Шаруга ; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського, Каф. економіки п-ва. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2012. – 224 с.

65. Дубровин, В. І. Прийняття рішень у процесі управління ризиками проектів : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / В. І. Дубровін, В. М. Льовкін ; Запоріз. нац. техн. ун-т. – Запоріжжя : ЗНТУ, 2012. – 195 с.

66. Яковлєв, А. І. Проектний аналіз : підруч. для вищ. закл. за напрямком «Економіка підприємства» / А. І. Яковлєв ; Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». – Харків : НТУ «ХПІ», 2015. – 339 с.

67. Тарасюк, Г. М. Управління проектами : навч. посібник. 3-є вид / Г. М. Тарасюк. – К. : Каравела, 2009. – 320 с.

68. Менеджмент проектов : Руководство для неправительственных организаций / Asoc. Promo-LEX ; подгот.: Людмила Малай, Валентин Лозовану коорд. : Ольга Маноле. – К.: Б. и., 2011 (Тірогр. «Depol Promo» SRL). – 132 р.

69. Менеджмент проекта [Электронный ресурс] : Школа профессионального развития. – Режим доступа: <http://school.perm.ru/library/tales/projectmanagement>. – Загл. с экрана.

70. Жизненный цикл проекта [Электронный ресурс] : Свободная энциклопедия. – Режим доступа : https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%96%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D1%86%D0%B8%D0%BA%D0%BB_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B0. – Загл. с экрана.

71. Толковый словарь «Инновационная деятельность». Термины инновационного менеджмента и смежных областей (от А до Я). 2-е изд., доп. / Отв. ред. В. И. Суслов. – Новосибирск : Сибирское научное издательство, 2008. – 224 с.

72. Головань С. И. Бизнес-планирование и инвестирование : учебник / С. И. Головань, М. А. Спиридонов. – Ростов н/Д : Феникс, 2008. – 302 с.

73. Непомнящий Е. Г. Экономическая оценка инвестиций : учебное пособие / Е. Г. Непомнящий. – Таганрог : Изд-во ТРТУ, 2005. – 292 с.

74. Воронкова, А. Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом промышленных предприятий : дис. ... доктора экон. наук : 08.06.01 / Воронкова Алла Еженівна. – Луганск, 2001. – 482 с.

75. Фатхутдинов, Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса : экономика, маркетинг, менеджмент / Р. А. Фатхутдинов. – М. : Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2002. – 892 с.

76. Конкурентный статус фирмы [Электронный ресурс] – Режим доступа : www.aup.ru. – Загл. с экрана.

77. Оценка конкурентного статуса фирмы [Электронный ресурс] – Режим доступа : www.proweb.ru/articles/oglavlenie6/ozenkastatusa. – Загл. с экрана.

78. Загорянська, О. Л. Формування конкурентних переваг машинобудівних підприємств в сучасних умовах розвитку / О. Л.

Загорянська, О. П. Косенко, П. Г. Перерва // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». Збірник наукових праць. Тематичний випуск : Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків : НТУ «ХПІ», 2012. – № 04. – С. 80–85.

79. Гольдштейн, Г. Я. Основы менеджмента : учеб. пособие / Г. Я. Гольдштейн. – [изд 2-е, дополненное и переработанное]. – Таганрог : Изд-во ТРТУ. – 2003. – 250 с.

80. Бабина, О. Є. Потенціал як системна економічна категорія / О. Є. Бабина // Вісник економіки транспорту і промисловості. – Харків : УДАЗТ, 2011. – № 36. – С. 23–26.

81. Ерохин, Д. В. Теоретические основы оценки конкурентного потенциала промышленного предприятия / Д. В. Ерохин, Д. В. Галушко // Вестник Брянского государственного технического университета. – 2006. – № 4 (12). – С. 76–80.

82. Федонін, О. С. Потенціал підприємства : формування та оцінка : навч. посібник / Федонін О. С., Рєпіна І. М., О. І. Олексюк О. І. – К. : КНЕУ, 2004. – 316 с.

83. Хомяков, В. І. Управління потенціалом підприємства / В. І. Хомяков, І. В. Бакум. – К. : Кондор, 2007. – 400 с.

84. Воронкова, А. Э. Поддержка конкурентоспособного потенциала предприятия / Воронкова А. Э., Пономарев В. И., Дибнис Г. И. – К. : Техника, 2000. – 152 с.

85. Гриньов, А. В. Засади системного управління конкурентним потенціалом підприємства [Електронний ресурс] / А. В. Гриньов, В. В. Шульженко. – Режим доступу до журналу : <http://www.economy.nauka.com.ua/>. – Назва з екрану.

86. Сухай, О. Є. Концептуальні підходи до формування й управління потенціалом підприємства / О. Є. Сухай, І. І. Яремко // Науковий вісник

НЛТУ України. Економіка, планування і управління галузі. – 2009. – Вип. 19.94. – С. 234–238.

87. Фомин, П. А. Особенности оценки производственного и финансового потенциала промышленных предприятий [Электронный ресурс] / П. А. Фомин, М. К. Старовойтов. – Режим доступа : <http://www.cis2000.ru>. – Загл. с экрана.

88. Андреев, А. Г. Оценка конкурентного потенциала компании [Электронный ресурс] / А. Г. Андреев. – Режим доступа : www.invur.ru/index.php?page=npot&cat=npub&doc=oc. – Загл. с экрана.

89. Чернышева, Г. Н. Диагностика потенциала предприятия [Электронный ресурс] / Г. Н. Чернышова, Е. В. Лавренова. – Режим доступа : [// immf.ru](http://immf.ru). / – Загл. с экрана.

90. Романова, О. А. Научно-технологическое и институциональное развитие ОПК Урала : препринт / [Романова О. А., Прудский В. Г., Чененова Р. И. и др.] ; – Екатеринбург : Институт экономики УрО РАН, 2004. – 96 с.

91. Качак, В. В. Проблемы формирования отраслевых приоритетов научно исследовательской деятельности в системе высшей школы / В. В. Качак // Инновации. – № 1–2 (38–39). – 2001. – С. 5–9.

92. Гетьман, О. О. Економічна діагностика : навч. посібник / О. О. Гетьман, В. М. Шаповал. – Київ : Центр навчальної літератури, 2007. – 307 с.

93. Попова, Н. В. Методические основы оценки сильных и слабых сторон предприятия : науч.-техн. сборник / Н. В. Попова, Я. И. Кальчева // Коммунальное хозяйство городов. – К. : Техніка, 2006. – № 71. – С. 337 – 349.

94. Пихтіна, В. В. Використання SWOT – аналізу при організації маркетингового планування на підприємстві : науково-технічний збірник / В. В. Пихтіна // «Коммунальное хозяйство городов» – К. : Техніка, 2006. – № 71. – С. 142 – 150.

95. Котелевская, Н. В. Экономическая диагностика предприятия : просто о сложном : Энциклопедия бухгалтера и экономиста / Н. В. Котелевская. – Х. : ООО Центр «Консульт». – 2007. – Т. 10 (160). – 160 с.
96. Мерзликина, Г. С. Оценка экономической состоятельности предприятия : монография / Г. С. Мерзликина, Л. С. Шаховская. – Волгоград : ВолгГТУ, 1998. – С. 63.
97. Воронкова, А. Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия : диагностика и организация : монография / А. Э. Воронкова. – 2-е изд. – Луганск : Изд-во Восточнoукраинского национального университета имени Владимира Даля, 2004. – 320 с.
98. Побережна, М. Н. Комплексне формування структури потенціалу підприємства / М. Н. Побережна // Економічні науки. Серія «Економіка та менеджмент» : Збірник наукових праць. Луцький Національний технічний університет. – Випуск 7(26). – Ч. 2. – Луцьк, 2010. – С. 366–375.
99. Кузьмін, О. Є. Методи оцінювання потенціалу розвитку підприємства / Кузьмін О. Є., Тимошук М. Р., Фещур Р. В. // Економіка : проблеми теорії та практики. – 2005. – Вип. 207. – Т. II. – С. 374–383.
100. Краснокутська, Н. С. Потенціал підприємства : формування та оцінка : навч. посіб. / Н. С. Краснокутська. – Х. : Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі, 2010. – 247 с.
101. Потенціал підприємства : формування та оцінка : навч. посіб. / [Добикіна О. К., Рижиков В. С., Касьянюк С. В. та ін.]. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 208 с.
102. Прокопишин, Л. М. Механізм формування та використання управлінського потенціалу на підприємствах машинобудування / Л. М. Прокопишин // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 7. – С. 138–145.
103. Соколова, Л. В. Применение метода анализа иерархий при оценке конкурентоспособности предприятий // Вісник національного гірничого університету. – Дніпропетровськ : НГУ. – 2004. – №8. – С. 39–45.

104. Котелевская, Н. В. Экономическая диагностика предприятия: просто о сложном: Энциклопедия бухгалтера и экономиста. – Х. : ООО Центр «Консульт», Том 10 (160), 2007. – 160 с.

105. Квятковська, Л. А. Основні положення методики оцінки виробничого потенціалу машинобудівного підприємства // Збірник матеріалів IV Міжнародної науково-практичної конференції «Підприємницька діяльність в Україні: проблеми розвитку та регулювання», (Київ, 27-28 травня 2010 р.) / МІБО КНЕУ. – К. : МІБО КНЕУ, 2010. – С. 110–113.

106. Попов, О. Є. Розподіл і реалізація корпоративного контролю при формуванні капіталу акціонерного товариства : монографія / О. Є. Попов, А. М. Котов, Т. Г. Зайцева.– Х. : ВД «ІНЖЕК», 2009. – 320 с.

107. Мілов, О. В. Моделі аналізу та управління конкурентоспроможністю промислових підприємств. Наукове видання. / О. В. Мілов, С. В. Мілевський. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2007. – 156 с.

108. Соколова, Л. В. Конкурентоспособность предприятия и критерии её оценки // Маркетинг и реклама. – 1999. – № 5 (33). – С. 31–33.

109. Верясова, Г. М. Журнал «Конференція ІЕУ» Міжнародної наук.-практ. конф. студентів та молодих вчених «Проблеми розвитку соціально-економічних систем в контексті глобалізаційних викликів», 24-25 вересня 2010 р – Хмельницький. – Хмельницький національний університет. Інститут економіки та управління, 2010. – С. 193–196.

110. Скопина, И. В. Рейтинговая оценка конкурентоспособности фирм на рынке [Электронный ресурс] / И. В. Скопина. – Режим доступа : <http://mcnip.ru/web/links/competitive.htm>. – Загл. с экрана.

111. Гурков, И. Инкубационный период // Эксперт, 1999. – № 6. – С. 30–32.

112. Махнуша, С. М. Оцінка ринкових позицій бренду та визначення стратегічних орієнтирів розвитку // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2010. – № 1. – С. 21–27.
113. Посилкіна, О. В. Оцінка інвестиційної привабливості інноваційних проектів у фармацевтичній галузі / О. В. Посилкіна, Г. В. Костюк, Я. М. Деренська. – Харків : Видавництво НФаУ, 2008. – 27 с.
114. Оливье, А. Международный маркетинг / А. Оливье, А. Дайан, Р. Урсе // Академия маркетинга : Маркетинг / пер. с фр. А. Дайан, Ф. Буккерель, Р. Ланкар и др. – М. : Экономика, 1993. – 560 с.
115. Голубков, Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е. П. Голубков. – М. : Финпресс, 2003. – 496 с.
116. Завьялов, П. С. Маркетинг в системах, рисунках, таблицах : Учеб. пособие / П. С. Завьялов. – М. : ИНФРА – М, 2000. – 496 с.
117. Дементьева, Т. А. Методы оценки уровня инновационного потенциала персонала на промышленных предприятиях / Т. А. Дементьева // Економіка промисловості. – 2009. – № 3. – С. 125–132.
118. Рєпіна, І. М. Підприємницький потенціал : методологія оцінки та управління / І. М. Рєпіна // Вісник Української академії державного управління при Президентові України. – 1998. – № 2. – С. 262–271.
119. Мошнов, В. А. Комплексная оценка конкурентоспособности предприятия [Электронный ресурс] / В. А. Мошнов // [http://www.cfin.ru/management/strategy/ estimate_competitiveness.shtml](http://www.cfin.ru/management/strategy/estimate_competitiveness.shtml). – Загл. с экрана.
120. Мазаракі, А. А. Економіка торговельного підприємства / А. А. Мазаракі, Л. О. Лігоненко, Н. М. Ушакова. – К. : Хрещатик, 1999. – 800 с.
121. Клименко, С. М. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посіб. / С. М. Клименко, О. С. Дуброва, Д. О. Барабась, Т. В. Омеляненко, А. В. Вакуленко– К. : КНЕУ, 2006. – 527 с.
122. Оберемчук, В. Ф. Стратегія підприємства / В. Ф. Оберемчук. – К. : МАУП, 2000. – 128 с.

РАЗДЕЛ 2. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

2.1. Анализ эффективности функционирования предприятий

Характерной чертой современного этапа развития рыночной деятельности промышленных предприятий Украины является рост количества проблем, в которых сочетаются научный и практический аспекты. Сегодня главной задачей становления рыночной экономики страны является преодоление финансового кризиса и обеспечение постепенного экономического роста. Решить эту проблему невозможно без повышения эффективности деятельности промышленных предприятий, которые существуют в условиях жесткой конкуренции на рынке.

Эффективное функционирование промышленных предприятий играет главную роль в обеспечении устойчивого развития отдельных видов деятельности и положительно влияет на бескризисное состояние экономики страны в целом [1]. Состояние предприятия, которое достигается при равновесии всех главных показателей, ученые Д. И. Живолуп и Е. Е. Сидорова называют эффективностью, которая трактуется в работе [2] как результативность системы. Специалисты [1, 3] считают, что новое качество экономического роста средних и малых предприятий должно характеризоваться динамичной устойчивостью и эффективностью. При таком подходе концепция устойчивого развития объединяет в единую систему экономические и социальные характеристики развития бизнеса, происходит обобщение данной концепции и она, по сути, претендует на роль новой системной парадигмы, отражающей не только экономический рост, но и его новое качество и эффективность в единстве и развитии.

Следует отметить, что в настоящее время наблюдается повышенное внимание ученых и специалистов в сфере экономики субъектов

хозяйствования к проблеме обеспечения эффективной деятельности промышленных предприятий и их устойчивого конкурентного положения на внутренних и внешних рынках сбыта [4, с. 130, 5, С. 206–210]. Такое положение дел обусловлено тем, что сегодня на рынках действительно происходят серьезные изменения, которые ведут к перераспределению бизнеса, его уменьшению, падению объемов продаж. В связи с этим имеет место пересмотр бизнеса, прежде всего, с точки зрения его эффективности. Это, безусловно, требует проведения постоянного мониторинга основных, наиболее важных показателей функционирования предприятий и, при необходимости, оперативного принятия решений по корректировке выявленных отклонений.

Фактологической основой исследования стали промышленные предприятия Харьковщины – одной из ведущих промышленных областей Украины. Для анализа были выбраны показатели эффективности деятельности предприятий промышленности за пять отчетных периодов, что позволяет определять их констатируя значения и динамику с целью учета фактора времени при оценке эффективности управления предприятием. Констатируемое значение показателя определяется соответствующим алгоритмом расчета, а динамика – по темпу роста конкретного показателя эффективности в соответствии с предыдущим периодом [5–7].

Анализ эффективности деятельности промышленных предприятий Харьковской области по показателю рентабельности операционной деятельности, сделано по официальным данным [8] и результаты которого приведены в табл. 2.1, показывает, что все показатели в 2014 г. улучшили свои значения по сравнению с 2010, но в целом на протяжении 2012-2014 гг. динамика изменения ряда показателей характеризуется негативной тенденцией падения. Так, относительное изменение показателя общего уровня рентабельности операционной деятельности по видам экономической деятельности в 2014 г. по сравнению с 2012 составила 1,03, общего уровня

рентабельности операционной деятельности по видам промышленной деятельности – 1,16 соответственно, в том числе металлургического производства – 0,16.

Таблица 2.1 – Динамика показателей эффективности деятельности предприятий промышленности Харьковской области

№ п/п	Показатель	Значение по годам, %					Относительное изменение показателя, гр.7 / гр.5
		2010	2011	2012	2013	2014 (прогноз)	
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Уровень рентабельности операционной деятельности по видам экономической деятельности, всего	4,7	6,7	6,2	5,6	6,4	1,03
1.1	в т.ч. промышленность	5,0	6,9	5,6	6,2	6,5	1,16
2	Уровень рентабельности операционной деятельности по видам промышленной деятельности, в т.ч. :						
2.1	перерабатывающая промышленность	7,2	7,7	8,1	8,3	8,8	1,09
2.2	металлургическое производство, производство готовых металлических изделий	0,8	4,9	4,5	2,7	0,7	0,16
2.3	машиностроение	4,7	7,1	6,3	7,1	7,9	1,25

Примечание: по 2.2 не учитывалось производство машин и оборудования, а по 2.3 – их ремонт и монтаж.

Остро стоит вопрос привлечения средств инвесторов для развития промышленных предприятий Харьковщины, о чем свидетельствует анализ капитальных инвестиций по источникам финансирования, результаты которого приведены в табл. 2.2.

Таблица 2.2 – Динамика капитальных инвестиций по источникам финансирования

Показатель	Значение по годам				
	2010	2011	2012	2013	2014 (прогноз)
Капитальные инвестиции, всего, тыс. грн	8063410	13035029	14759161	9292562	11287541
в т.ч. за счет средств иностранных инвесторов, тыс. грн	12873	72238	26647	н/д ¹	37252
Индекс капитальных инвестиций по видам экономической деятельности (в % к предыдущему году) ² , всего,	н / д	144,3	111,3	59,6	105,07
в т.ч. промышленность	н / д	101,5	128,5	99,6	109,87
перерабатывающая промышленность	н / д	97,7	132,9	102,3	110,97

Источник: авторская разработка на основе данных [3]. ¹Информация конфиденциальная в соответствии с Законом Украины «О государственной статистике». ²КВЭД-2010.

Анализ данных, приведенных в табл. 2.2, показывает, что динамика изменения показателя капитальных инвестиций характеризуется следующими темпами: 161,3% в 2011 по сравнению с 2010 г.; 113,2% в 2012 по сравнению с 2011 г.; 63,0% в 2013 г. по сравнению с 2012 г., 121,5 % по сравнению в 2014 г. Позитивной тенденцией характеризуются индексы изменений капитальных вложений как в целом (105,07 %), так и в промышленности (109,87 %) в 2014 по сравнению с предыдущим периодом.

Анализ ряда социально-экономических показателей развития предприятий промышленности на основе информации [8] (табл. 2.3) позволяет сделать определенные выводы.

После кризисного 2009 производство промышленной продукции стало расти, но в дальнейшем темпы его изменений характеризуются негативной тенденцией падения с 105,8% в 2010 гг. до 100,8 % в 2014 г.

Таблица 2.3 – Индексы изменений отдельных социально-экономических показателей развития промышленности Харьковской области (в % к предыдущему году)

Показатель	Значение по годам, %					Относительное изменение показателя, гр.6/гр.4
	2010	2011	2012	2013	2014 (прогноз)	
1	2	3	4	5	6	7
Промышленная продукция	105,8	104,9	97,6	94,9	100,8	1,03
Среднемесячная заработная плата одного работника:						
номинальная	117,8	116,9	114,9	108,2	114,5	0,99
реальная	107,7	108,4	114,6	109,6	110,1	0,96
Капитальные вложения по источникам финансирования, всего	н / д	161,3	113,2	63,0	112,5	0,99
Капитальные инвестиции по видам экономической деятельности (КВЭД-2010), всего	н / д	144,3	111,3	59,6	105,1	0,94
в т.ч. промышленность	н / д	101,5	128,5	99,6	110,0	0,85
перерабатывающая промышленность	н / д	97,7	132,9	102,3	110,1	0,83
Удельный вес промышленных предприятий, получивших прибыль, %	59,2	63,9	64,9	65,5	63,4	0,98

Источник: авторская разработка

Аналогичная ситуация характерна для таких показателей, как: номинальная заработная плата одного работника, индекс изменения которого изменился с 117,7% в 2010 гг. до 114,5 % в 2014 г., то есть относительное изменение показателя составило 0,99; капитальные инвестиции по видам экономической деятельности с такой динамикой индексов изменения: всего – 144,3% в 2011 гг. до 105,1 % в 2014, промышленность – с 101,5% до 110,0 % за тот же период времени. В перерабатывающей промышленности в 2014 г. 110,1 % предприятий получили положительный финансовый результат, в перерабатывающем производстве – 31,6%. Если оценивать изменение данного показателя в динамике по рассмотренным видам экономической

деятельности, то полученные значения не являются совсем привлекательными.

Положительным является рост удельного веса промышленных предприятий, получивших прибыль, то есть имели положительный результат, но следует заметить, что довольно достаточно высоким является удельный вес убыточных предприятий.

На фоне роста темпов изменения реальной среднемесячной заработной платы одного работника за период 2010-2012 гг. наблюдается некоторое снижение темпов изменения объемов инвестиций в основной капитал (относительное изменение этого показателя составило 0,94 в 2014 г. по сравнению с 2012 г.), что негативно влияет на эффективность деятельности предприятий промышленности области.

Это обуславливает целесообразность поиска путей повышения эффективности деятельности промышленных предприятий в следующих случаях:

- необходимость достижения динамического равновесия с внешней и внутренней его средой;
- обеспечение выживания в условиях рынка на основе реализации комплекса соответствующих превентивных мер;
- обеспечение конкурентоспособности предприятия в жесткой конкурентной среде;
- необходимость оптимального управления активами промышленного предприятия;
- создание реальной ценности предприятия посредством реализации инвестиционных программ и проектов проведения преобразований, направленных на достижение его стратегических целей.

Таким образом, вывод о нестабильности работы предприятий-товаропроизводителей на примере Харьковской области усиливает особое внимание к проблеме обеспечения эффективности деятельности

современных промышленных предприятий, в том числе предприятий машиностроения и имеет существенное практическое значение как для украинской экономики в целом, так и для первичного ее звена – промышленного предприятия.

Результаты такой оценки позволяют установить масштаб и изменение направленности в управлении деятельностью предприятия, прогнозировать их влияние на ключевые функциональные подсистемы предприятия, принимать соответствующие управленческие решения по повышению и поддержанию уровня эффективности управления деятельностью, выбирать методы, способы, инструменты управления деятельностью предприятия.

2.2. Научно-методическое обеспечение расчета интегрального показателя оценки эффективности деятельности предприятия

Заинтересованность специалистов сферы управления предприятий машиностроения в обеспечении эффективности их деятельности не ослабляется со временем. Отсутствие согласованного взгляда ученых о методическом обеспечении процесса оценки эффективности деятельности субъектов предпринимательства по их видам и функциональными сферами деятельности требует проведения дальнейших исследований в этом направлении [4, с. 23].

Проблемам повышения эффективности деятельности предприятий уделяли внимание как зарубежные, так и отечественные ученые: И. Ансофф, П. Друкер, М. Кизим, Д. Нортон, В. Парето, В. Пономаренко, А. Тищенко и др. Вопросы формирования системы показателей оценки экономической эффективности деятельности промышленных предприятий нашли отражение в трудах таких ученых: М. Афанасьев [9], О. Мозенков [10], В. Пастухова

[11], Ю. Продиус [12], А. Тыринова [13], Т. Сидора [14] и др. На основе изучения научных работ по проблеме исследования в монографии [4, с. 35-46] отмечено, что сегодня в практической деятельности промышленных предприятий с целью оценки их экономической эффективности применяются как система современных, стоимостно-ориентированных показателей, так и система традиционных показателей в составе обобщающих и локальных (отдельных) оценочных показателей.

На основании изложенного можно сформулировать цель исследования, которая заключается в разработке научно-методического обеспечения оценки интегрального показателя эффективности деятельности предприятий машиностроения на основе синтеза локальных интегральных показателей каждой основной функциональной сферы в зависимости от вида конкретного субъекта предпринимательства.

Сегодня в условиях кризисного состояния отечественной экономики значительное количество предприятий машиностроения является не рентабельными или работают на грани убыточности. Своевременно полученная качественная целенаправленная экономическая информация способствует оперативному принятию необходимых управленческих решений по обеспечению результативности, эффективной и рентабельной деятельности предприятий машиностроительного комплекса страны. Недостаточно исследованными остаются вопросы оценки интегрального показателя эффективности работы машиностроительных предприятий – субъектов хозяйствования на основе оценки эффективности деятельности их основных функциональных сфер и в зависимости от классификации предприятий по критериям объема годового дохода и среднегодовой численности работников. Авторская разработка научно-методического обеспечения оценки экономической эффективности деятельности машиностроительного предприятия базируется на ряде принципов и методических подходов и основывается на формировании интегрального

показателя, синтез которого происходит на основе функциональных интегральных показателей, рассчитанных с помощью определенной совокупности локальных оценочных показателей в соответствии с их связями с конкретной функциональной сферой деятельности предприятия.

Основными принципами процесса оценки являются такие, как: системность и комплексность оценки эффективности деятельности предприятия; оценка эффективности деятельности предприятия базируется на расчетах интегральных показателей (как обобщенного, так и функциональных); процесс расчета локальных показателей базируется на использовании данных официальной статистической отчетности предприятия; расчет каждого локального показателя по каждой функциональной сфере деятельности предприятия осуществляется по обоснованно выбранной совокупности математических моделей; степень важности функциональных сфер деятельности оценивает руководство предприятия в зависимости от целей и задач конкретного субъекта предпринимательства; процедура оценивания должна отвечать таким требованиям, как прозрачность, доступность и понятность для специалистов предприятия; результаты оценки локальных и интегральных показателей эффективности предприятия и его основных функциональных сфер деятельности должны быть способными интегрироваться с внутренней корпоративной информационной системой Intranet, быть доступными и востребованными для использования при принятии управленческих решений на среднем и высшем уровне управления; анализ полученной информации должен базироваться на сравнении расчетных показателей эффективности исследуемого предприятия в динамике, или на сравнении соответствующих показателей с среднеотраслевыми или показателями предприятий-бенчмарк в зависимости от вида субъекта предпринимательства и его организационной структуры управления; полученная информация в виде результатов проведенных расчетов должна быть релевантной, актуальной, достоверной,

способствовать определению перспективных стратегических направлений развития предприятия в будущем, учитывая практику управления эффективностью деятельности предприятий и на мировой опыт.

Основными методическими подходами, касающихся каждой функциональной сферы деятельности предприятия, есть такие, которые базируются на соотношении результатов и затрат, а именно: результат, полученный на единицу затрат (т.е. соотносятся полученный результат и расходы); удельная величина расходов, приходящаяся на единицу полученного результата (то есть соотносятся расходы и полученный результат); удельная величина эффекта, приходящаяся на единицу полученного результата (то есть соотносятся разница между результатом и затратами и результат).

Таким образом, методическое обеспечение оценки интегрального показателя эффективности деятельности машиностроительного предприятия базируется на использовании данных официальной статистической отчетности предприятия за последние несколько лет, выборе критериев оценки по определенной совокупности основных функциональных сфер деятельности предприятия, проведении соответствующих расчетов по рекомендованным формулам, анализе полученных результатов и доведении их до руководства предприятия. Процедура оценки интегрального показателя экономической эффективности функционирования машиностроительного предприятия базируется на использовании локальных показателей, с помощью которых становится возможным провести оценку эффективности деятельности основных функциональных сфер деятельности машиностроительного предприятия.

Для расчета общего интегрального показателя экономической эффективности предприятия предлагается выбрать такие основные функциональные сферы его деятельности, как финансы, персонал, маркетинг,

производство, инновации и инвестиции (научно-исследовательская и опытно-конструкторская работа), общее управление.

Перечень основных функциональных сфер деятельности машиностроительного предприятия зависит от организационной структуры управления и его вида как субъекта предпринимательства в соответствии со ст. 55 Хозяйственного кодекса Украины (ХКУ), скорректированного Законом Украины от 22 марта 2012 г. № 4618-VI [15] по ч. 7 ст. 63 ХКУ, которая предусматривала разделение предприятий на крупные, средние и малые. Теперь в соответствии с классификацией предприятий по критериям объема годового дохода и среднегодовой численности работников выделяют такие виды субъектов предпринимательства, как крупные, средние, малые и микросубъекты.

По нашему мнению, для субъекта крупного предпринимательства управленческий профиль оценки эффективности включает следующие основные функциональные сферы его деятельности, как производство, финансы, маркетинг, персонал, общее управление, логистика, инновации. Для субъекта среднего предпринимательства управленческий профиль оценки эффективности ориентировочно касается таких основных сфер, как производство, финансы, маркетинг+логистика, персонал, общее управление, инновации. Для субъекта малого предпринимательства управленческий профиль оценки эффективности содержит ориентировочно такие функциональные сферы деятельности: персонал, маркетинг+логистика+инновации, производство, финансы+инновации, общее управление; или: финансы+инновации, маркетинг+инновации, персонал, производство, общее управление. Для субъекта микропредпринимательства численность работников достаточно ограничена, каждый из них выполняет несколько функций одновременно, что влияет на особенности формирования методического обеспечения оценки экономической эффективности деятельности машиностроительного

предприятия. Поэтому для таких предприятий показателем эффективности их деятельности является интегральный показатель рентабельности, который формируется на базе локальных показателей рентабельности капитала.

Для субъектов малого, среднего и крупного предпринимательства целесообразно проводить такую оценку экономической эффективности для каждой функциональной сферы их деятельности. Причем, для функциональной сферы «общее управление» рекомендуется проводить оценку эффективности ее деятельности по показателям доходов/расходов, которые являются определяющими показателями эффективности. Для субъектов малого предпринимательства такими показателями являются: ROA – рентабельность активов, ROI – рентабельность инвестиций, ROE – рентабельность собственного капитала. Для субъектов среднего и крупного предпринимательства рекомендовано использование таких показателей, как: ROA, ROI, ROE, а также ROTA – рентабельность совокупных активов, RONA – рентабельность чистых активов, RNOA – рентабельность чистых операционных активов, в нестабильных условиях хозяйствования целесообразно рассчитывать с применением метода нечетких множеств. Такой набор показателей в соответствии с рекомендациями [16, с. 255-272] обеспечивает адекватность полученной информации для оценки экономической эффективности деятельности предприятия в условиях современной концепции ценностно-ориентированного менеджмента.

Для субъектов микропредпринимательства возможно ограничиться сферой общего управления с оценкой обобщенного показателя эффективности деятельности предприятия, рассчитанного на базе рентабельности оборотных и необоротных активов и рентабельности собственного капитала, и в отдельных случаях, в случае необходимости, проводить оценку эффективности инновационно-инвестиционных и маркетинговых мероприятий, например, по авторской методике, которая содержится в работе [17].

Выбор конкретных показателей (коэффициентов), по которым рекомендуется проводить процедуру оценки эффективности основных функциональных сфер деятельности предприятия и оценки интегрального показателя эффективности для дальнейшего планирования, оценки, анализа, корректировки и принятия тех или иных управленческих решений, базируется на избранных принципах оценки и критическом изучении профессиональной литературы по данному направлению исследования [4, 9–15, 16–18].

На основе проведенного анализа существующих методов оценки общего интегрального показателя в соответствии с классификацией, приведенной в [19, с. 65-66], была избрана жестко детерминированная смешанная модель факторного анализа. Таким образом, для численной оценки общего интегрального показателя экономической эффективности функционирования на рынке машиностроительного предприятия предлагается такая авторская формула:

$$IIEEP = \sum_{j=1}^n \beta_j E_j, \quad (2.1)$$

где $IIEEP$ – интегральный показатель экономической эффективности функционирования машиностроительного предприятия;

E_j – функциональный интегральный показатель эффективности j -ой функциональной сферы деятельности предприятия, $j = \overline{(1, n)}$;

n – количество оцениваемых функциональных сфер деятельности предприятия;

β_j – удельный вес интегрального показателя эффективности j -ой функциональной сферы деятельности предприятия;

F_{ij} – локальный оценочный i -ый показатель j -ой функциональной сферы деятельности предприятия, $i = \overline{(1, m)}$;

m – количество оцениваемых локальных показателей по каждой сфере деятельности предприятия;

α_{ij} – удельный вес i -го локального показателя j -ой функциональной сферы деятельности предприятия.

По усмотрению руководства предприятия возможны два варианта значения удельного веса показателей:

а) для каждой функциональной сферы деятельности $\sum_{i=1}^m \alpha_{ij} = 1$, то есть каждый локальный показатель оценки имеет определенный удельный вес;

б) для каждой функциональной сферы деятельности $\alpha_{ij} = 1$, то есть все локальные показатели оценки для всех функциональных сфер деятельности равнозначны, то есть, равны единице.

Руководство предприятия также принимает решение о равнозначности либо не равнозначности весовости функциональных интегральных показателей эффективности. Тогда в первом случае должно выполняться условие: $\sum_{j=1}^n \beta_j = 1$, в противном случае: $\beta_j = 1$.

Такой подход обеспечивает синтез искомого интегрального показателя эффективности деятельности машиностроительных предприятий, который базируется на совокупности соответствующих локальных показателей оценки эффективности, интегрированных в функциональные показатели, характеризующие соотношение достигнутых результатов и затрат.

Из приведенного выше можно сделать следующие выводы. Результаты проведенных исследований позволили дополнить методическое обеспечение оценки экономической эффективности деятельности машиностроительных предприятий из-за особенностей авторского видения решения этой проблемы, а именно: процесс разработки научно-методического обеспечения

базируется на определенных принципах и методических подходах, классификации предприятий по критериям объема годового дохода и среднегодовой численности работников (вид субъектов предпринимательства), распределении управления эффективностью на основные функциональные сферы, разработке математической модели оценки интегрального оценочного показателя для предприятия. Практическая значимость полученных результатов заключается в более обоснованном применении методического инструментария для управления эффективностью деятельности предприятий машиностроения.

Перспективами дальнейших исследований является применение нечетких методов анализа для оценки экономической эффективности функционирования предприятий, в том числе при формировании интегрального оценочного показателя каждого машиностроительного предприятия региона, страны.

2.3. Применение теории нечетких множеств для оценки показателей рентабельности предприятия

Сегодня в условиях кризисного состояния отечественной экономики значительное количество промышленных предприятий являются не рентабельными или работают на грани убыточности. Своевременно полученная качественная финансовая информация способствует оперативному принятию необходимых управленческих решений по обеспечению результативности, эффективной и рентабельной работы промышленных предприятий страны. При проведении анализа финансового состояния предприятия в условиях неопределенности, нестабильности внешней среды целесообразно применять теорию нечетких множеств с

использованием функций принадлежности. Недостаточно исследованными являются вопросы оценки интегрального показателя рентабельности деятельности предприятия на основе метода нечеткой логики.

Специалисты в сфере финансового менеджмента и теории нечетких множеств считают, что при анализе финансового состояния предприятий в условиях неопределенности внешней среды целесообразно применять в качестве способа описания финансовых показателей теорию нечетких множеств с использованием функций принадлежности [20, 21]. Согласно теории математики Л. Заде [20] все оценки субъекта (финансовые показатели предприятия) и ограничения, с которыми он работает (нормативные или предельные значения финансовых показателей), являются нечеткими.

В современных условиях неопределенной внешней среды аппарат теории нечетких множеств находит широкое применение для решения прикладных задач в сфере кредитования, инвестирования, экономики, маркетинга. Об этом свидетельствуют научные публикации таких зарубежных и отечественных ученых, как: Андрейчикова А., Андрейчикова О., Великоиваненко В., Гесик Н., Гусаков Н., Деревянко П., Домаскина М., Ибрагимов О., Комазова П., Лисогор В., Мазур К., Недосекин А., Пантенков Д., Рзаев Р., Семидоцька И., Соколов В., Старовойт О., Старченко Л. [21-30].

Однако, недостаточно изученными остаются вопросы нечеткой оценки локальных и интегрального показателей рентабельности промышленных предприятий, не имеющих предельных или нормативных значений.

Сегодня в условиях кризисного состояния экономики страны и меняющегося внешнего окружения особого внимания приобретают вопросы оценки и анализа рентабельности предприятия для своевременного принятия управленческих решений по обеспечению высокого или запланированного уровня этого показателя. Целью исследования есть применение теории

нечетких множеств для оценки локальных и интегральных показателей рентабельности промышленных предприятий.

В современных кризисных, нестабильных условиях хозяйствования каждое промышленное предприятие должно разрабатывать финансовую политику, важной составляющей которой является финансовый анализ [6, 7]. Одной из основных задач анализа финансового состояния является анализ рентабельности предприятия.

Известный специалист в области применения теории нечетких множеств в финансовом анализе предприятий Недосекин О. в своих научных публикациях [21, 28] акцентирует внимание на том, что в процессе проведения такого анализа, учитывая отраслевую специфику экономики, отдельные особенности промышленных предприятий, изменчивость современного состояния экономической среды зачастую становится невозможным сравнивать фактические значения финансовых показателей с нормативными их значениями.

Также надо иметь в виду, что ключевым сотрудникам – руководителям предприятий, топ-менеджерам, инвесторам, кредиторам, аудиторам и другим пользователям финансовой информации нужно иметь уверенность в степени приемлемости, степени качества этой информации для последующего принятия ими определенных управленческих решений. Их не удовлетворяет бинарная оценка типа «низкая-высокая» или «хорошо-плохо», потому что у них есть заинтересованность в анализе оттенков ситуации и экономической интерпретации их значений.

Следует заметить, что в последнее время наблюдается тенденция использования в целях финансового анализа деятельности предприятий интегрированных, комплексных показателей, что способствует упрощению процедуры оценки степени «живучести» предприятий.

В научной работе [31, с. 332] указано, что: « ... в современное время неопределенности бизнес-среды ... значительное количество финансовых

коэффициентов усложняет процедуру анализа ... обуславливает неадекватность восприятия экономического содержания процессов, которые происходят на предприятии, причины многовариантности формул расчета одних и тех же отдельных финансовых показателей (особенно это касается показателей рентабельности)».

Невозможно не согласиться с утверждением, что нечетко-множественный подход позволяет учитывать в финансовой модели предприятия качественные аспекты, которые не имеют точной числовой оценки. Оказывается, возможность сочетать в оценке учета количественные и качественные показатели, резко повышает уровень адекватности методик, которые применяются для финансового анализа [32].

Управленческий персонал промышленных предприятий, пользователи вторичной финансовой информации все чаще сталкиваются с неопределенностью, которая не может быть раскрыта однозначно и четко, так как целый ряд оценочных показателей недоступен для точного измерения. Это становится причиной использования нечетких оценок таких показателей – лингвистических переменных со своими терм-множествами значений такого вида: низкий, ниже среднего, средний, выше среднего, высокий и др. Таким образом в оценке определенных показателей появляется субъективный компонент, а связь их количественных значений с их качественным лингвистическим описанием задается так называемыми функциями принадлежности в соответствии с методом нечетких множеств.

С учетом вышеизложенного в статье предлагается методический подход к оценке интегрального показателя рентабельности предприятий. В качестве фактологической базы исследования были выбраны 15 машиностроительных предприятий г. Харькова, для которых на основе статистической информации были рассчитаны по стандартным формулам показатели рентабельности собственного капитала, рентабельности необоротных и оборотных активов за 2001-2013 гг. Была осуществлена попытка синтезировать интегральный показатель рентабельности для

каждого из избранных предприятий на примере их статистических данных за последний год наблюдения с применением метода нечетких множеств.

В связи с отсутствием нормативов для показателей рентабельности, тезисом «чем выше рентабельность, тем лучше для предприятия» и наличием современных кризисных явлений, предлагаются варианты трапециевидальных функций принадлежности ($\mu(x)$), которые максимально учитывают неопределенность во всем диапазоне значений нормированного к интервалу $[0;1]$ локальных показателей рентабельности и, соответственно, интегрального показателя рентабельности (рис. 2.1).

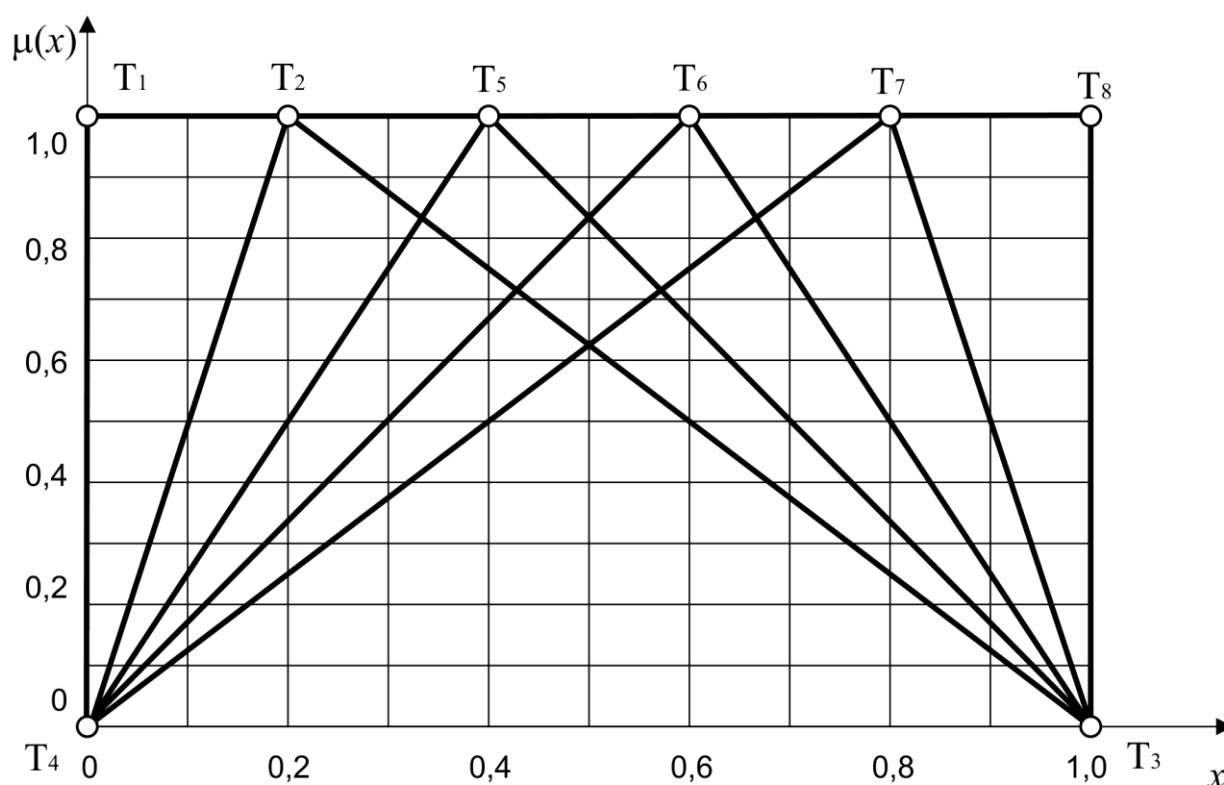


Рисунок 2.1 – Трапециевидальные функции принадлежности рентабельности

Источник: авторская разработка

Связь точек графика, изображенных на рис. 2.1 и функций принадлежности представлены в табл. 2.4.

Таблица 2.4 – Характеристика пяти трапецеидальных функций принадлежности рентабельности

Функция принадлежности	Точки графика
$\mu^H(x)$	{Т4; Т1; Т2; Т3}
$\mu^{HC}(x)$	{Т4; Т2; Т5; Т3}
$\mu^C(x)$	{Т4; Т5; Т6; Т3}
$\mu^{BC}(x)$	{Т4; Т6; Т7; Т3}
$\mu^B(x)$	{Т4; Т7; Т8; Т3}

Принятые обозначения термов: Н – низкая рентабельность; НС – рентабельность ниже средней; С – средняя рентабельность; ВС – рентабельность выше средней; В – высокая рентабельность.

Источник: авторская разработка

Правило нечеткой оценки интегрального показателя рентабельности предприятия ($\mu_F(x)$) имеет такой стандартный вид:

$$\mu_F(x) = \min(\mu_{H_1}(x), \mu_{H_2}(x), \mu_{H_3}(x)) \quad (2.2)$$

где $\mu_{H_1}(x)$, $\mu_{H_2}(x)$, $\mu_{H_3}(x)$ – нечеткие оценки локальных показателей рентабельности оборотных активов, необоротных активов и собственного капитала соответственно;

x – универсальное множество.

Конкретизируем сущность нечеткой оценки каждого локального показателя рентабельности следующим образом:

$$\mu_{H_1}(x) = \min(\mu_{H_1^1}(x), \mu_{H_1^2}(x), \mu_{H_1^3}(x)) \quad (2.3)$$

где $\overline{a_{POA}}$ – усредненная экспертная оценка (вес) показателя рентабельности оборотных активов;

$\mu^{POA_j}(x)$ – нечеткая оценка показателя рентабельности оборотных активов j -го предприятия, ($j = \overline{1; m}$);

m – количество исследуемых предприятий;

$$\overline{a_{POA}} = \frac{1}{m} \sum_{j=1}^m \mu^{POA_j}(x) \quad (2.4)$$

где $\overline{a_{PNA}}$ – усредненная экспертная оценка (вес) показателя рентабельности необоротных активов;

$\mu^{PNA_j}(x)$ – нечеткая оценка показателя рентабельности необоротных активов j -го предприятия;

$$\overline{a_{PNA}} = \frac{1}{m} \sum_{j=1}^m \mu^{PNA_j}(x) \quad (2.5)$$

где $\overline{a_{PBK}}$ – усредненная экспертная оценка (вес) показателя рентабельности собственного капитала;

$\mu^{PBK_j}(x)$ – нечеткая оценка показателя рентабельности собственного капитала j -го предприятия.

Каждому показателю рентабельности (эффективности) предприятия ставится в соответствие оценка его значимости. Далее строится система весов таким образом, что выполняются следующие условия:

$$\sum_{i=1}^n a_i = 1, a_i > 0, \quad (2.6)$$

где i – номер текущего показателя рентабельности, ($i = \overline{1; n}$);

n – количество оценочных показателей рентабельности (в нашем случае $n = 3$).

Для определения показателя $\bar{a}_i$ сначала рассчитаем искомые веса показателей рентабельности, применив для этого шкалу Фишберна в соответствии с рекомендациями [33]:

$$q = \frac{2(n-i+1)}{n(n+1)}, \quad (2.7)$$

Были получены следующие значения весов показателей: $a_1 = 0,50$; $a_2 = 0,33$; $a_3 = 0,17$. Для построения системы весов было опрошено три эксперта. Итоговый весовой коэффициент по каждому показателю рентабельности рассчитан как среднеарифметическое значение весов, определенных экспертами. Полученные значения весовых коэффициентов и их усредненные значения приведены в табл. 2.5.

Таблица 2.5 – Результаты расчета усредненных экспертных оценок (весов) показателей рентабельности предприятий

Показатель рентабельности	Экспертная оценка веса показателя			Усредненное значение веса
	эксперт 1	эксперт 2	эксперт 3	
РНА	0,33	0,17	0,17	0,223
РОА	0,33	0,33	0,50	0,387
РВК	0,50	0,50	0,33	0,443

Принятые обозначения: РНА – рентабельность необоротных активов; РОА – рентабельность оборотных активов; РВК – рентабельность собственного капитала.

Источник: авторская разработка

На примере трех предприятий г. Харькова были получены нечеткие оценки интегрального показателя рентабельности (μ^P), которые представлены в итоговой табл. 2.6.

Анализ полученных данных свидетельствует, что наиболее эффективным в заданном пространстве является машиностроительное

предприятие ОАО «Турбоатом», которому соответствует максимальная нечеткая оценка интегрального показателя рентабельности.

Таблица 2.6 – Результаты нечеткой оценки интегральных показателей рентабельности машиностроительных предприятий г. Харькова

Предприятие	РНА		РОА		РВК		Нечеткая интегральная оценка (μ^P)
	нечеткая оценка	вес	нечеткая оценка	вес	нечеткая оценка	вес	
ПАТ «Харківський машинобудівний завод «Світло Шахтаря»	0,654	0,223	0,399	0,387	0,591	0,443	0,562
ВАТ «Турбо-атом»	0,660	0,223	0,593	0,387	0,580	0,443	0,633
ВАТ «Форез»	0,433	0,223	0,665	0,387	0,458	0,443	0,559

Источник: авторская разработка

Таким образом, можно констатировать, что для расчета весов локальных показателей, определяющих модель нечеткой оценки интегрального показателя рентабельности предприятия, были применены шкала Фишберна и метод экспертных оценок. Использование синтезированной модели позволило предоставить нечеткую оценку интегрального показателя рентабельности трех априори избранных машиностроительных предприятий.

Направлением дальнейшего научного поиска может стать применение данной модели для: распространенной совокупности локальных показателей рентабельности, например, рентабельности совокупных активов, валовой рентабельности продаж, операционной рентабельности продаж, чистой рентабельности продаж; расширенного перечня машиностроительных предприятий; получения нечетких оценок искомого показателя в динамике, что позволит анализировать нечеткие темповые оценки интегрального показателя рентабельности и будет способствовать повышению уровня адекватности методик, которые применяются для финансового анализа предприятий машиностроения.

2.4. Концептуальная модель экономической диагностики результатов деятельности предприятия

Экономическая диагностика является достаточно новым направлением экономической науки. В современных публикациях украинских и российских ученых присутствуют определения предметной области, характеристика методов и приемов данного научного направления.

Термин «диагностика» получил широкое распространение в различных областях экономической науки.

Так, общие теоретические, методологические и прикладные принципы формирования и внедрения механизма комплексной экономической диагностики состояния предприятия освещены в работах многих авторов, таких как: И. В. Кривовязюк [34, 35], О. Г. Мельник [36], О. В. Коваленко [37], О. Е. Кузьмин [38, 39], О. К. Елисеева [40], Т. А. Заяц [41], А. С. Авдюшенко [42], Т. О. Шатунова [43].

С точки зрения антикризисного управления вопросы диагностики кризисного состояния предприятия рассмотрены в работах В. Я. Нусинова [44], А. Я. Фомина [45], Н. Е. Скрыпник [46].

Вопросы теоретико-методического обеспечения экономической диагностики в инновационно-инвестиционной сфере проанализированы в работах таких ученых, как: С. В. Исаева [47], О. Е. Кузьмин [48], О. Н. Вагульчик [49].

Проблемные аспекты финансовой диагностики рассмотрены в трудах И. Г. Сокиринской [50], И. В. Александренко [51], И. В. Кривовязюк [52].

Понятие экономической диагностики закрепилось в исследованиях многих авторов с точки зрения обеспечения экономической безопасности

предприятия, что представлено работами М. В. Дорошко [53], Ю. В. Шутяк [54], И. Б. Хома [55], В. В. Лукьяновой [56], С. М. Марущак [57], О. В. Родионова [58].

Теория конкурентности с позиций экономической диагностики представлена работами таких ученых, как А. Ю. Шахно [59], И. В. Розгон [60], Н. Н. Гаркуша [61],

Методологические аспекты экономического развития предприятия и социально-экономической диагностики освещены в научных исследованиях А. М. Турило [62] и О. Е. Кузьмина [63].

Отраслевой характер исследований в области экономической диагностики обозначен в трудах О. П. Закорко [64], Г. М. Рыжаковой [65], Н. А. Сагалаковой [66], Т. М. Корпанюк [67], Н. Г. Миценко [68].

Учитывая многоаспектность использования дефиниции «диагностика», мнения разных авторов свидетельствуют о неоднозначности трактовки понятия «экономическая диагностика».

В наиболее общем виде «диагностика» в переводе с греческого означает «способный распознавать». Согласно толкового словаря С. И. Ожегова – «диагностика» – это, во первых, учение о способах диагноза; а во-вторых, об установлении диагноза [69, с. 164]. Из данного определения можно выделить две составляющие: методы диагностики и определение прогноза. Цель лежит вне диагностики, она задается ей. Диагноз устанавливается на основании формализации знаний специалистов-экспертов.

Диагностика экономической системы – это совокупность исследований относительно определения целей функционирования предприятия, методов их достижения и выявления недостатков. Диагностика предприятия – это система научных знаний и область практической деятельности, целью которых являются исследования экономических процессов, выявление

слабых и сильных сторон предприятия, определение образов улучшения ситуации, которая сложилась [70, с. 74].

Наиболее полно, с точки зрения авторского коллектива, сущность понятия «экономическая диагностика предприятия» отражена в работе [71]. А. Б. Борисов определяет экономическую диагностику предприятия как «... комплексный анализ и оценку экономических показателей работы предприятия на основе изучения отдельных результатов, неполной информации с целью выявления возможных перспектив его развития и последствий текущих управленческих решений. Как итог диагностики на основе оценки состояния хозяйства и его эффективности делаются выводы, необходимые для принятия решений о целевом кредитовании, о покупке или продаже предприятия, о его закрытии и т.п.».

В экономике диагностика применяется с целью выявления закономерностей, тенденций и оценки изменений экономических процессов для адаптивного воздействия на них и разработки рекомендаций по принятию решений. Что же касается научного аспекта данной проблемы, то единства в понятии «диагностика» не достигнуто и ситуация с ее толкованием остается дискуссионной. Основная дискуссия в научных кругах ведется относительно функционального содержания диагностики. Проводимые в последние годы исследования отечественных ученых в сфере финансового управления в основном были посвящены диагностике финансового состояния по данным финансовой отчетности.

Диагностика рассматривается как необходимый этап исследования проблем, которые имеют место в процессе жизнедеятельности определенной системы и выявляются в результате наблюдения за состоянием системы. Термином диагностика характеризуют исследовательскую деятельность, направленную на определение, анализ и оценку проблем развития предприятия и повышение эффективности системы управления организацией.

По результатам изучения профессиональной литературы по проблеме исследования установлено, что существуют такие виды диагностики, как экономическая, финансовая, маркетинговая, производственная и т.п.

Рассматривая предприятие как систему, становится понятным, что решение задач управления на уровне финансовой составляющей нужно осуществлять средствами финансовой диагностики. Финансовая диагностика предприятия является одним из инструментов в системе управления и обоснования хозяйственных решений. В процессе финансового диагностирования повышается гибкость и адаптивность управляемой системы, ее способность к своевременному реагированию и эффективному использованию финансового потенциала предприятия.

Широкий спектр вопросов в публикациях по данной проблематике отводится процессу финансовой диагностики предприятия, как самостоятельному предмету исследования, в контексте принятия стратегических управленческих решений. Но конкретно единой действующей и адаптированной технологии управления еще не разработано.

Под категорией «финансовая диагностика» следует понимать систематическое и всестороннее исследование деятельности предприятия, заданием которого является определение финансового состояния объекта исследования, причин и перспектив его изменения, определение механизма принятия решений финансового характера, обоснование выводов об альтернативных вариантах развития ситуации, а также разработка программы управленческих решений для повышения эффективности деятельности в целом [72, с. 69].

Результаты проведенного научного поиска позволили выделить основные концептуальные подходы к экономической диагностике, а именно: консультационная, исследовательская, управленческая, информационная, финансово-аналитическая, антикризисная диагностики (рис. 2.2).

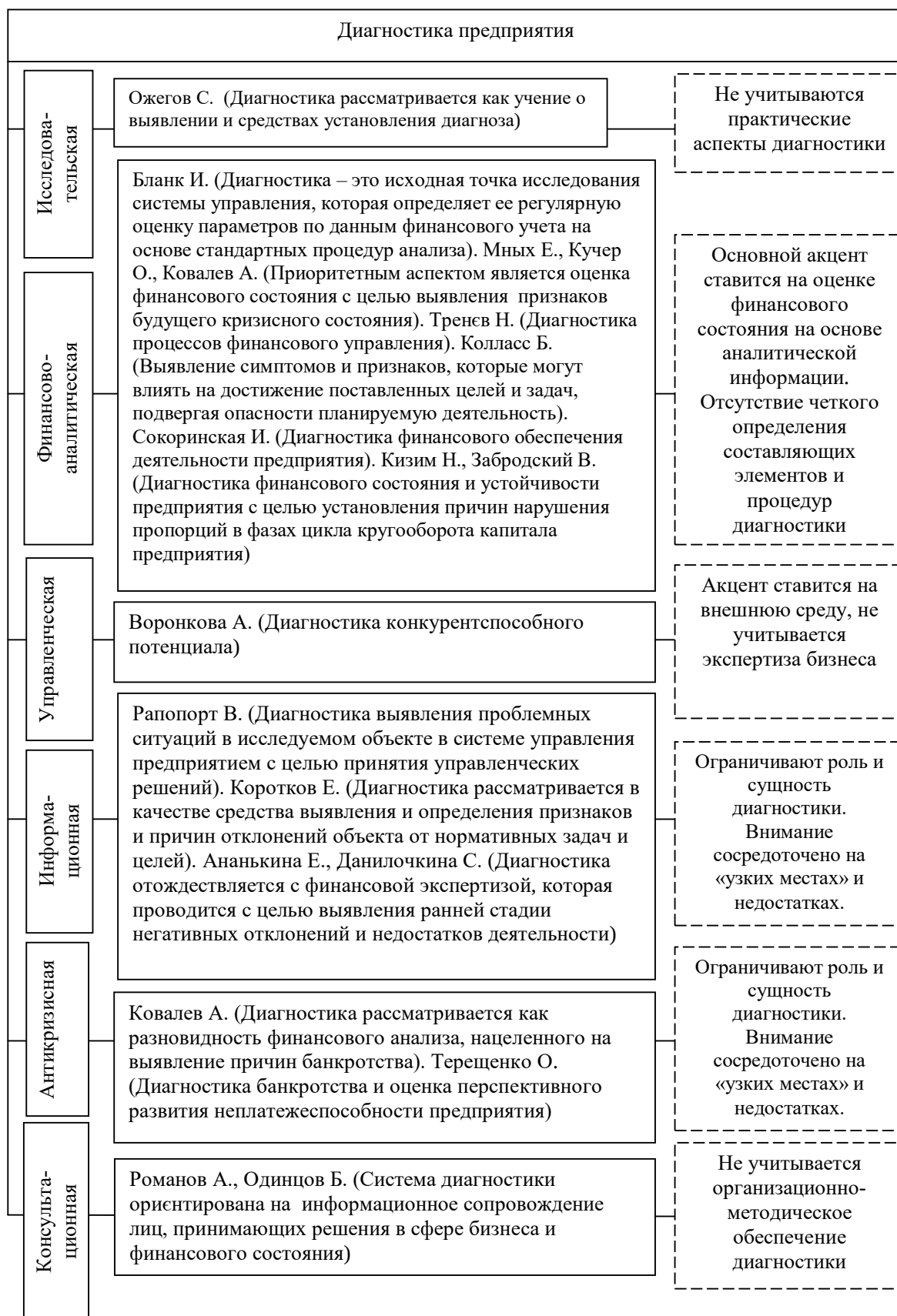


Рисунок 2.2 – Концептуальные подходы к диагностике

Источник: [73]

В направлении консультативной концепции диагностики авторы сравнивают систему диагностики с соответствующими информационными системами экономической ориентации, к задачам которых относятся информационное сопровождение лиц, принимающих решение в сфере аудита бизнеса и финансового состояния.

В пределах финансово-аналитического направления диагностика рассматривается как аналитическая функция управления, которая проявляется при исследовании состояния и поведения объекта управления на протяжении определенного периода времени. Так, экономист И. Бланк в определении «диагностика» делает акцент на весомость аналитической информации, с помощью которой устанавливается коммуникационная связь в системе управления [74, с. 9].

Заслуживает внимания методологический подход к финансово-аналитической диагностике, предложенный экономистом Колассом Б., по которому выявленные симптомы нежелательных отклонений должны учитываться на этапе выбора корректирующих решений или пересмотра целей и прогнозов [75]. Именно при таком понимании явным образом отслеживается регулирующая та стратегическая функция финансовой диагностики.

Приверженцы информационной концепции (В. Рапопорт др.) связывают диагностику с процессом выявления проблемных ситуаций и противоречий в исследуемом объекте и «узких мест» в системе управления предприятием [76].

Такого же мнения придерживаются исследователи Е. Ананькина, Н. Данилочкина, которые отождествляют диагностику с финансовой экспертизой, которая проводится с целью выявления ранней стадии негативных сдвигов и недостатков в деятельности предприятия, являющиеся потенциально опасными с точки зрения обострения неплатежеспособности [77].

Представители антикризисного подхода [78, 79] предлагают проводить комплексную оценку предприятия через функции управления: экономическую, функциональную, финансовую, техническую, стратегическую и др. Так, целью функциональной диагностики «управление – финансы» является оценка финансовой политики и эффективности методов управления на основе анализа и оценки финансового состояния предприятия, выбора методов и процедур ее организации.

Обоснование проблемных аспектов экономической диагностики на основе исследования существующих подходов должно исходить из понимания процесса хозяйствования как целеполагающего взаимодействия ресурсов и организационно-производственной системы по достижению результатов, оцениваемых вне экономического субъекта через степень обеспеченности баланса потребностей общества и предложения производящей системы. Другими словами, следует учитывать характеристики каждой составляющей экономической деятельности – труд, капитал, организационные инструменты, систему стимулов и др., а также механизм координации и обеспечения взаимосвязей между ними в системе хозяйствования предприятия как субъекта экономической деятельности.

При такой формулировке в работе [80, с. 7] обоснованы проблемные аспекты диагностирования в экономике: организационно-производственный аспект деятельности, ресурсный аспект деятельности, финансовый аспект деятельности, аспект конкурентной позиции и аспект стоимости предприятия как имущественно-экономического комплекса.

Организационно-производственный аспект хозяйствования отражает сложную систему мер, обеспечивающих сочетание процессов ведения деятельности и материальных элементов производства во времени, пространстве, включая управление. Данный аспект деятельности характеризуется организационно-правовой формой собственности, производственной структурой и характеристиками производства (объемы

продукции, основные фонды, технология, техническое обеспечение, степень концентрации, диверсификации, специализации), организацией производства и системы управления, уровнем инноваций и др. Организационно-производственный аспект деятельности есть отражение зависимости возможностей ведения экономической деятельности от совокупности факторов, сфера проявления которых – «организация-производство-управление». Указанная сфера многоуровневая, многофункциональная, но одновременно ценностно-производственный аспект деятельности составляющей предмета диагностирования в экономике.

Исходя из роли ресурсов для функционирования экономических систем, выделен следующий аспект диагностики – ресурсный [80, с. 8]. При этом предлагается акцентировать внимание на состоянии трудовых, материальных, и информационных ресурсов, а финансовые ресурсы деятельности целесообразно выделить в отдельную проблемную систему диагностирования, учитывая особое значение, формы использования и формирования финансов в хозяйствовании. Особое место в ресурсной диагностике занимает исследование информационных технологий и потоков, что отражает возросшее значение информации любого уровня при осуществлении экономической деятельности на современном уровне развития хозяйственных механизмов и коммуникаций.

Диагностирование финансового аспекта можно считать достаточно глубоко разработанной задачей, хотя следует отметить наличие отдельных проблемных областей, таких как диагностика рисков.

Проблемы диагностирования конкурентной позиции любого экономического субъекта нельзя переоценить в силу особого проявления такого экономического фактора деятельности как конкуренция в разных формах его проявления. Несмотря на значительный интерес к этой проблеме, методология исследования конкурентных противостояний и их составляющих, тенденций в положении (позиции) предприятий на рыночном

сегменте и многие другие вопросы требуют конкретизации, а также учета отечественных отличий при внедрении в практику управления.

К проблемным аспектам экономической диагностики предлагается относить также и оценку стоимости бизнеса, что непосредственно связано с формированием фондового рынка в стране как необходимого элемента целостной системы хозяйства. Данный аспект диагностирования чаще всего относится к отдельной задаче предпринимательства, но в полной мере является составляющим в системе факторов определяющих состояние экономического субъекта.

Учитывая сформулированные проблемные аспекты диагностирования, при рассмотрении вопросов методического обеспечения диагностики хозяйственных процессов на первый план выходит проблема формирования системы показателей, сигналов, характеристик, которые позволили бы обобщить в диагнозе состояния все аспекты деятельности предприятия.

Наиболее важными показателями диагностики результатов производственно-хозяйственной деятельности предприятия являются нерегламентированные изменения производственных и экономических показателей, которые не позволяют нормально работать предприятию и могут привести к тяжелым производственным и экономическим последствиям. Если обнаружены нарушения производственно-экономического процесса на ранней стадии, то их можно устранить в процессе эксплуатации, что повышает устойчивость и эффективность деятельности предприятия, близкой к эталонному состоянию.

Одной из особенностей экономической диагностики является то, что она проводится в условиях эксплуатации диагностируемого объекта, при которых получение информации бывает затруднительно. Поэтому процесс диагностирования осуществляется в условиях ограниченности информационного ресурса. По имеющейся информации часто не

представляется возможным однозначное заключение, поэтому используются статистические методы.

В результате анализа литературных источников можно сделать вывод, что в одних источниках понятие «экономическая диагностика» вообще отождествляется с понятием «экономический анализ», в других – отмечается различие между исследуемыми понятиями. Однако при более детальном изучении и в этих источниках просматривается, что подход по задачам, решаемым в диагностике, практически совпадает с существующими трактовками по экономическому анализу и не позволяет выявить отличия в проблематике двух наук.

Как было отмечено выше, термин «диагностика» означает распознавание, определение признаков, знание характеристик, распознавание явлений по их симптомам. А термин «анализ» в переводе с греческого означает расчленение, разделение исследуемого объекта на части, отдельные элементы.

Цель экономического анализа – способствовать выполнению планов предприятия и их подразделений, дальнейшему развитию и улучшению хозяйственной деятельности через поиск резервов и благодаря оптимальности управленческих решений. В то время как целью диагностики является установление диагноза объекта исследования и предоставление заключения о его состоянии на дату завершения этого исследования и на перспективу.

С учетом вышесказанного, в данном исследовании выдвинуто предположение, что направления, которые характерны для современных задач экономического анализа, являются составляющими элементами экономической диагностики. При этом необходимо отметить значение понятия «оценка». Термин «оценка» можно рассматривать с двух позиций. В первом случае оценка выступает как количественная характеристика исследуемого объекта или явления, то есть как результат проведенного

анализа. Во втором случае оценка рассматривается как процесс изучения (оценивание) характеристик и свойств исследуемого объекта или явления.

С точки зрения авторского подхода, «диагностика» является более широким понятием, чем «анализ» и «оценка», интегрируя их в себе (рис.2.3).

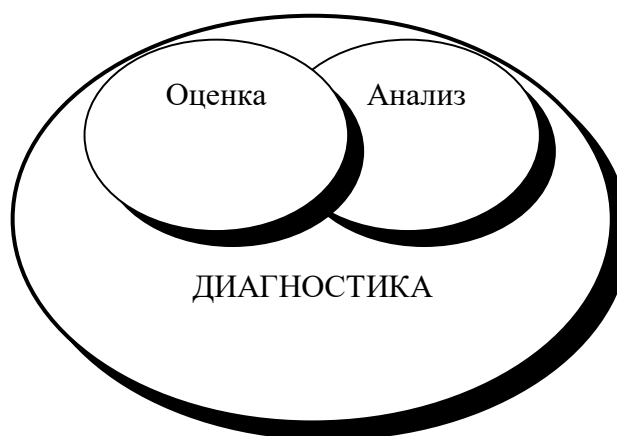


Рисунок 2.3 – Соотношение категорий «оценка», «анализ» и «диагностика»

Источник: авторская разработка

Как показано на рис.2.3, имея общие линии соприкосновения, данные понятия характеризуются и своими отличительными особенностями. Предметом экономической диагностики является количественная характеристика и качественная идентификация состояния предприятия на конкретный момент времени. При этом задача диагностики заключается не только в том, чтобы оценить состояние объекта в конкретный момент времени, но и в прогнозировании поведения объекта как в случае внедрения организационно-технических мероприятий после получения результатов диагностики, так и в случае, если не будут предприняты попытки ликвидировать выявленные диспропорции и использовать резервы повышения эффективности деятельности предприятия.

В результате проведенных исследований в данной работе предлагается авторское определение экономической диагностики предприятия, которое

интерпретируется как вариантная идентификация состояния исследуемого предприятия в определенном временном интервале на основе комплексной оценки всех сфер его деятельности и прогнозирование изменений данного состояния в будущем с обязательной разработкой рекомендаций, корректирующих эти изменения.

Таким образом, «экономическая диагностика» как процесс включает:

- а) проведение экономического анализа;
- б) получение на его основе оценки (количественного результата);
- в) установление диагноза (форма, этап, уровень состояния объекта на дату завершения исследования; сравнение с другими объектами и с нормативными показателями; установление наличия отклонений от нормы; определение степени отклонения и др.);
- г) разработка мероприятий и рекомендаций по устранению симптомов отклонения от нормы и улучшению (стабилизации) состояния предприятия;
- д) мониторинг за поведением состояния объекта и выработка корректирующих решений.

Исходя из вышеизложенного к задачам экономической диагностики результатов деятельности предприятия целесообразно отнести следующие:

- установление реального состояния исследуемого предприятия;
- сравнение состояния исследуемого предприятия с аналогичными предприятиями по отрасли, а также уровня его развития в соответствии с нормативными требованиями;
- изучение динамики развития деятельности предприятия во временном и пространственном измерениях;
- прогнозирование основных тенденций развития предприятия в будущем.

При установлении диагноза особо важную роль играет выявление причин, по которым и возникли отклонения в работе предприятия. Проводя параллель с медициной, можно заметить, что повышение температуры у

пациента может быть вызвано различными причинами (перебойной работой любого из органов всего организма человека). И в зависимости от того, какова причина – будет выписан тот или иной рецепт. Так и на предприятии, снижение производительности труда может быть вызвано: а) сокращением объемов производства продукции; б) необоснованным увеличением численности работающих; в) высокой степенью физического и морального износа парка оборудования и др. Поэтому организационно-технические мероприятия, направленные на улучшение или корректировку выявленного отклонения, должны быть разработаны с учетом причин, вызвавших эти отклонения.

При этом важное значение имеет не только определение направленности отклонений (положительное или отрицательное), но и определение интенсивности (скорости) этих отклонений во времени. Результатом таких исследований (оценок) станет прогноз состояния объекта через некоторый заданный интервал времени.

Это необходимо для того, чтобы руководство предприятия, получив результаты экономической диагностики, имело представление о том, каким временным интервалом оно располагает до появления первых симптомов дальнейшего ухудшения состояния предприятия. Это также имеет значение при планировании организационно-технических мероприятий. Поскольку стадия их подготовки может длиться определенное время, то при сложившемся уровне состояния предприятия (по результатам диагностики) это может обернуться для него непредвиденными финансовыми потерями и даже убытками. Это объясняется тем, что даже если организационно-технические мероприятия запланированы как результат проведения диагностики на предприятии, их реализация может оказаться уже нецелесообразной, т.к. наступит очередной шаг ухудшения состояния объекта и понадобится разработка уже новых мероприятий. Поэтому достаточно актуальной является проблема качественной и количественной

оценки именно интенсивности ухудшения состояния предприятия, т.е. оценки скорости изменения состояния объекта исследования в динамике.

Экономическая диагностика призвана выявить и понять проблемы предприятия, его сильные и слабые стороны, место компании на рынке и среди конкурентов, дать количественную и качественную оценку состояния предприятия как целостного организма по отношению к внешнему бизнес-окружению и в то же время сложной системы, включающей организационную, производственную, финансовую, управленческую структуры во всех их взаимосвязях.

Методологические положения диагностики результатов деятельности предприятия в данном исследовании строятся на основе системного подхода, который базируется на принципах системного исследования и конструирования экономических объектов. В его основе лежит движение от целого к частному. В соответствии с этим подходом исследование основывается на таких методологических принципах: системность, интегрированность, комплексность, адаптивность, целеориентированность.

Рассмотрение диагностики с позиций системного подхода показывает, что она проявляется одновременно в четырех аспектах:

- а) функциональном – как функция управления, обеспечивающая обратную информационную связь с объектом управления;
- б) аналитическом – как аналитический базис, который является фундаментом для оценки результатов деятельности предприятия;
- в) информационном – как система, основанная на формировании специальной информации, используемой для принятия управленческих решений;
- г) динамическом – в форме количественного измерения динамики результатов деятельности предприятия.

Принцип интегрированности – основной принцип, ради которого конструируется модель интегрированной оценки и выбирается частная

система показателей. Реализация данного принципа представлена разработкой и использованием интегрированных показателей, получаемых на основе обобщения частных показателей. Причем интегрированный показатель рассматривается не изолированно от частных, а во взаимосвязи с ними. Использование интегрированной информации диагностики дает возможность обеспечить согласованность принятия решений как по направлениям деятельности (производственной, финансовой, инвестиционной и др.), так и по уровню (стратегические, тактические).

Принцип комплексности также является одним из ключевых принципов диагностики. Он означает, что описание исследуемого объекта с точки зрения поставленной цели должно охватить все основные аспекты проблемной ситуации.

Принцип адаптивности предполагает постоянный мониторинг и анализ результатов диагностики с целью корректирования финансовых показателей стратегических планов и управленческих решений. Это означает, что диагностика не ограничена рамками экономической системы, то есть при формировании банка данных необходимо учитывать изменения окружающей среды и своевременно вносить коррективы в информации.

Принцип целеориентированности системы предполагает четкое выделение границ объекта диагностики, адресность и конкретность выводов. Это означает, что диагностики должна преследовать конкретную цель.

На основании проведенного научного поиска в данном исследовании предложена концептуальная модель проведения экономической диагностики результатов деятельности предприятия, которая представлена на рис. 2.4.

Предложенная структуризация предметной области механизма диагностики результатов деятельности предприятия в виде концептуальной модели, позволяет представить ее как непрерывный процесс. Структура и функции диагностики исследуются как на стадии диагностики, так и на стадии синтеза и модификации информации. Использование

кибернетического подхода в процессе диагностики дает возможность исследовать и оценить результаты деятельности предприятия под иным углом, чем они исследовались ранее на основе известных традиционных подходов финансово-экономического анализа.



Рисунок 2.4 – Концептуальная модель экономической диагностики результатов деятельности предприятия

Источник: авторская разработка

Приведенные блоки диагностики отличаются глубиной, детализацией, конкретностью аналитических процедур и выводов. В общем виде все блоки диагностики разграничены на две группы: экспресс-диагностика и комплексная диагностика. Взаимосвязь между ними обеспечивается тем, что результаты экспресс-диагностики используются для обоснования приоритетных направлений комплексной диагностики.

Эффективность и качество результатов диагностики деятельности предприятия во многом определяется характеристиками используемого методологического и программного обеспечения. Ключевыми элементами методологического обеспечения диагностики являются: система показателей; источники информации; методы и процедуры диагностики, используемые для исследования результатов деятельности предприятия; методические подходы к расчету показателей; рекомендации по обобщению и правила представления результатов диагностики (табличная, графическая) для принятия решений.

В наиболее общем виде процесс диагностики можно представить тремя векторами [81, с. 36]:

а) вектор состояний входов $X = (X_1, X_2, \dots, X_n)$;

б) вектор состояний выходов $Y = (Y_1, Y_2, \dots, Y_m)$;

в) вектор внутренних состояний (потенциал) $P = (P_1, P_2, \dots, P_k)$.

Система экономической диагностики результатов деятельности предприятия представлена на рис. 2.5.

Предложенная концептуальная модель экономической диагностики результатов деятельности предприятия включает восемь основных блоков:

- 1) определение цели проведения экономической диагностики;
- 2) информационное обеспечение диагностирования;
- 3) экспресс-диагностика предприятия;
- 4) выбор методов и системы показателей для проведения диагностики;
- 5) комплексная диагностика результатов деятельности предприятия;

- 6) обобщение результатов экономической диагностики;
- 7) практическое применение результатов комплексной диагностики деятельности предприятия;
- 8) мониторинг и контроль за выполнением намеченных мероприятий.

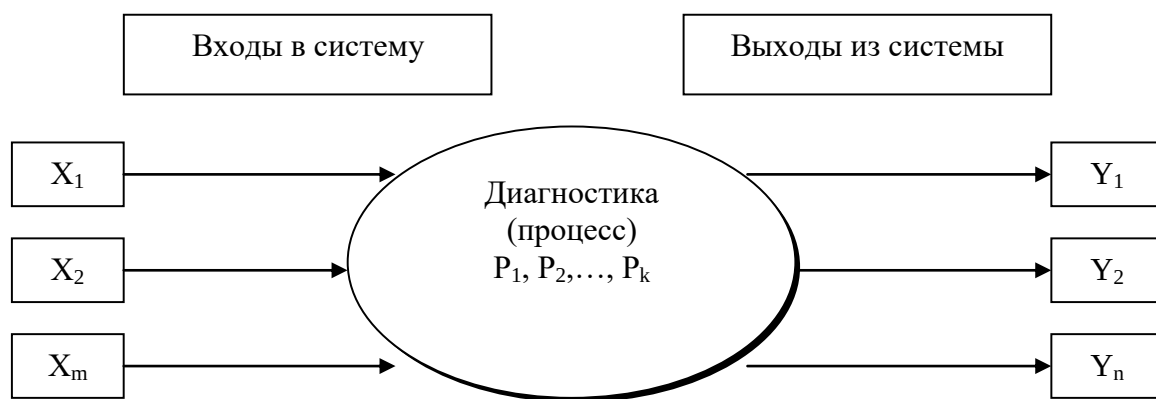


Рисунок 2.5 – Система экономической диагностики результатов деятельности предприятия

Источник: [81]

Первый блок предложенной модели предполагает необходимость определения цели диагностирования, которая обусловлена высокими временными и стоимостными затратами на проведение такой процедуры. Как уже было отмечено, общей целью диагностики является установление диагноза объекта исследования и оценка о его состоянии на дату завершения этого исследования и на перспективу. Для целесообразности проведения диагностики необходимо определить цель. Если это диагностика с целью определения состояния предприятия в анализируемом периоде, то необходимо установить периодичность проведения такой процедуры, например, в конце отчетного года. Если целью является определение состояния предприятия в конкурентной среде, то необходимо обосновать, чем это вызвано (снижением объема продаж, снижением покупательского спроса и т.д.). Целью может быть оценка инвестиционной привлекательности объекта исследования со стороны потенциальных инвесторов. Таким

образом, процесс диагностирования должен быть связан либо с определением конкретных целей осуществления этой процедуры, либо с наличием серьезных отклонений в работе предприятия, которые вызвали необходимость в проведении экономической диагностики.

Второй блок «Информационное обеспечение диагностирования» предполагает необходимость сбора и анализа внешней и внутренней информации исследуемого объекта. Такую информацию можно собрать на основе формальных методов анализа рынка, анализа финансовых отчетов, интервьюирования, приглашения консультантов или опроса работников.

В ходе экономического диагностирования аналитику приходится иметь дело как и с довольно большими по объему информационными массивами, так и с ограниченной, неполной информацией. Источники информации о деятельности предприятия классифицируются по различным признакам, что представлено на рис. 2.6.

Дискуссионным является вопрос о достаточности информационной базы диагностирования. Принято считать, что больший объем данных обеспечивает лучший результат диагностирования и, как следствие, приводит к принятию эффективного управленческого решения. При этом преимущество предоставлялось формализованной, количественно выраженной и задокументированной информации, которая предназначалась, прежде всего, для автоматизированной аналитической обработки. Ориентация на большие объемы информации часто превращала массивы в бессистемные потоки, которые становились непригодными для рационального использования. С другой стороны, оценка состояния объекта стала чаще базироваться также на информации качественного характера, которая тяжело подвергалась формализации и часто была субъективной. Поэтому аналитику, который ставит цель и уточняет задачу диагностирования конкретного объекта, следует оптимизировать выбор не

только объемов информации, а и методов ее обработки, согласованных со способом представления об объекте.



Рисунок 2.6 – Разновидности источников информации о деятельности предприятия

Источник: авторская разработка

Метод экспресс-диагностики не может использоваться как достаточный при оценке состояния объекта исследования, однако может служить инструментом при более глубоком финансовом анализе. В предложенной модели на рис. 2.4 третий блок «Экспресс-диагностика» имеет и самостоятельное и значение. Применение данного метода рассматривается

как предварительный или подготовительный этап перед проведением комплексной диагностики. Показатели, которые рассчитываются в рамках экспресс-диагностики, могут служить более четким ориентиром для формирования системы показателей (признакового пространства) в процессе комплексной диагностики. Например, при прочих равных условиях, результаты экспресс-диагностики показали низкую рентабельность инвестиций. Это может повлиять на выбор оценочных показателей при более глубокой процедуре диагностирования. Тогда в признаковое пространство обоснованно может быть включен интегрированный показатель инвестиционной активности или любой другой, отражающий аспект инвестиционной деятельности предприятия. Если изначально целью диагностирования была оценка инвестиционной привлекательности объекта исследования, то в рамках признакового пространства данному интегрированному показателю будет присвоен больший весовой коэффициент значимости. Таким образом, данный блок общей модели диагностирования имеет тройственное предназначение:

- во-первых, является предварительным этапом, после проведения которого может исчезнуть необходимость в проведении комплексной, более дорогой и трудоемкой диагностике объекта исследования (т.е. результаты расчетов позволят получить удовлетворительное состояние объекта, если целью диагностики была просто оценка финансового состояния объекта в конкретный момент времени);

- во-вторых, результаты расчетов показателей в рамках экспресс-метода будут обязательно использованы при комплексной диагностике результатов деятельности предприятия независимо от цели диагностирования;

- в-третьих, сравнение фактических показателей исследуемого предприятия с нормативными, может служить ориентиром при формировании признакового пространства в процессе комплексного

диагностирования, придавая особое внимание (большой удельный вес) выявленным отклонениям.

Вышесказанное свидетельствует лишний раз о том, что данный метод является необходимым, но не достаточным при проведении комплексной экономической диагностики результатов деятельности предприятия.

Методика расчета показателей и коэффициентов, которые определяются при экспресс-диагностике, нашла отражение во многих трудах украинских ученых-экономистов [74, 78, 81].

Система показателей для реализации третьего блока концептуальной модели экономической диагностики результатов деятельности предприятия приведена в табл. 2.7.

В данной таблице приняты следующие обозначения: ф.1 (ф.2) – форма 1 (форма 2) финансовой отчетности предприятия соответственно; А_I, А_{II}, А_{III} – соответственно строки первого, второго и третьего разделов актива баланса предприятия (форма 1); П_I, П_{II}, П_{III} – соответственно строки первого, второго и третьего разделов пассива баланса предприятия (форма 1).

Для того чтобы правильно оценить состояние объекта диагностирования, необходима система критериев, способных адекватно отобразить специфику конкретного объекта с учетом факторов, влияющих на него в тот или иной период времени. Это, прежде всего, построение системы показателей для оценки состояния объекта, разработка качественных и количественных характеристик, шкал для измерения определенных значений этих характеристик и показателей. Выбор метода диагностики и системы показателей будет зависеть от результатов предыдущих этапов модели (цели диагностирования и результатов экспресс-диагностики). На решение данной задачи направлен четвертый блок предложенной концептуальной модели экономической диагностики предприятия.

Пятый блок «Комплексная экономическая диагностика результатов деятельности предприятия» является основным в предложенной модели и

напрямую зависит от целей диагностирования. Данный блок представляет собой непосредственный процесс диагностирования посредством выбранного на предыдущем этапе метода и сформированной системы показателей.

Шестой блок «Обобщение результатов экономической диагностики» предусматривает обобщение результатов всех предшествующих этапов (подготовка числовых и текстовых прогнозов, сведение результатов расчетов в табличной форме, при необходимости графическое представление материала, построение диаграмм, иллюстративного материала).

Таблица 2.7 – Система показателей экспресс-диагностики предприятия

Показатель	Методика расчета	Рекомендуемое значение и тенденции изменения
1	2	3
Показатели ликвидности и платежеспособности		
1. Коэффициент абсолютной ликвидности	$\frac{1 \text{ (ФДЛ)}}{1 \text{ (ФД)}} \cdot 1$	0,2...0,3
2. Коэффициент срочной (быстрой) ликвидности	$\frac{1 \text{ (ФДЛ)} + 1 \text{ (ФД)}}{1 \text{ (ФД)}} \cdot 1$	0,7...1
3. Коэффициент текущей (общей) ликвидности	$\frac{1 \text{ (ФДЛ)}}{1 \text{ (ФД)}} \cdot 1$	1,5...2,5
4. Коэффициент Бивера	$\frac{2 \text{ (ФДЛ)}}{1 \text{ (ФД)}} \cdot 1$	0,2...0,4
Показатели финансовой устойчивости		
1. Собственные оборотные средства	1495 (П _I ф.1) – 1095 (А _I ф.1)	>0, увеличение
2. Рабочий (оборотный капитал)	1495 (П _I ф.1) + 1595 (П _{II} ф.1) – 1095 (А _I ф.1)	>0, увеличение
3. Коэффициент маневренности собственных средств	$\frac{1 \text{ (ФДЛ)}}{1 \text{ (ФД)}} \cdot 1$	≈0,2...0,4, увеличение
4. Индекс постоянного актива	$\frac{1 \text{ (ФДЛ)}}{1 \text{ (ФД)}} \cdot 1$	<0, уменьшение
5. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	$\frac{1 \text{ (ФДЛ)}}{1 \text{ (ФД)}} \cdot 1$	>0,1, увеличение
6. Коэффициент обеспеченности оборота собственными оборотными средствами	$\frac{1 \text{ (ФДЛ)}}{2 \text{ (ФД)}} \cdot 1$	>0,1, увеличение

Продолжение таблицы 2.7

1	2	3
7. Коэффициент автономии	$\frac{14956,1}{19062,9}$	$\geq 0,5$, увеличение
8. Коэффициент соотношения заемных и собственных средств	$\frac{1064114,4}{14451}$	≤ 1 , уменьшение
9. Коэффициент долгосрочного привлечения заемных средств	$\frac{16451}{14451164}$	0,4
10. Коэффициент финансовой независимости капитализированных источников	$\frac{14451}{14451164}$	0,6
Показатели рентабельности		
1. Рентабельность совокупных активов	$\frac{2290,2}{13000}$	>0, увеличение
2. Рентабельность собственного капитала	$\frac{2350,2}{1403}$	>0, увеличение
3. Валовая рентабельность продаж	$\frac{2090,2}{2000}$	>0, увеличение
4. Операционная рентабельность продаж	$\frac{2190,2}{2000}$	>0, увеличение
5. Чистая рентабельность продаж	$\frac{2350,2}{2000}$	>0, увеличение
Показатели деловой активности		
1. Коэффициент общего обращения активов (Оз)	$\frac{2000}{1064114,4}$	Увеличение
2. Коэффициент обращения запасов (Оз)	$\frac{2000}{1064114,4}$	Увеличение
3. Период оборота запасов (Тоз)	$\frac{365}{0,00188}$	Сокращение
4. Коэффициент оборота общей суммы дебиторской задолженности (Одз)	$\frac{2000}{1155}$	Увеличение
5. Период оборота общей суммы дебиторской задолженности (Тдз)	$\frac{365}{0,00173}$	Сокращение
6. Коэффициент оборота дебиторской задолженности по товарным операциям	$\frac{2000}{1130}$	Увеличение
7. Период оборота дебиторской задолженности по товарным операциям	$\frac{365}{0,00177}$	Сокращение

1	2	3
8. Коэффициент оборота общей суммы кредиторской задолженности (Окз)	$\frac{2000}{\left(\sum_{1610}^{1630} \Gamma_{\text{З}} + \Gamma_{\text{ДЗ}} \right) \cdot 12}$	Увеличение
9. Период оборота общей суммы кредиторской задолженности (Ткз)	$\frac{\text{Длительность}}{Q_3}$	Сокращение
10. Коэффициент оборота кредиторской задолженности по товарным операциям	$\frac{2000}{\left(\sum_{1610}^{1630} \Gamma_{\text{З}} + \Gamma_{\text{ДЗ}} \right) \cdot 12}$	Увеличение
11. Срок оборота кредиторской задолженности по товарным операциям	$\frac{\text{Длительность}}{Q_3}$	Сокращение
12. Длительность операционного цикла (Тоц)	$T_{O3} + T_{ДЗ}$	Сокращение
13. Длительность финансового цикла	$T_{OЦ} + T_{КЭ}$	Сокращение

Седьмой блок «Принятие решения на основе результатов комплексной диагностики деятельности предприятия» сводится к выводам о состоянии объекта с точки зрения цели диагностирования. Если, например, целью диагностирования была оценка инвестиционной привлекательности объекта исследования, то решением может быть включение его в инвестиционный портфель потенциального инвестора или исключение из списка рассматриваемых объектов вложения средств.

Восьмой блок «Мониторинг и контроль за выполнением намеченных мероприятий» предусматривает мониторинг за поведением состояния объекта диагностирования, разработку и внедрение дополнительных необходимых мероприятий, направленных на достижение поставленной цели.

Таким образом, предложенная концептуальная модель диагностики результатов деятельности предприятия отражает основные этапы осуществления данного процесса. Основные блоки данной модели являются базой для проведения комплексной экономической диагностики

деятельности предприятия, а также формирования текущих и стратегических планов предприятия.

2.5. Научно-методические рекомендации проведения диагностики кризисного состояния промышленного предприятия

В условиях изменчивости конкурентной внешней среды эффективность функционирования товаропроизводителей в сфере промышленности зависит от их финансовой устойчивости на рынках сбыта. Особое значение приобретает проведение своевременной и объективной диагностики кризиса предприятия, поскольку каждый владелец не должен пренебрегать потенциальными возможностями увеличения прибыли, которые можно выявить только на основании своевременного и объективного анализа финансового состояния и диагностики кризиса на предприятии. Это актуализирует проблему своевременного проведения процедуры финансовой диагностики предприятия, что требует соответствующего научно-методического обеспечения диагностики кризиса предприятия.

Проведение процедуры антикризисной диагностики позволяет получить ряд ключевых показателей, которые характеризуют эффективность рыночной деятельности предприятия. Это вызывает необходимость и практическую значимость систематического проведения антикризисной диагностики предприятия, которой принадлежит существенная роль в обеспечении стабильного финансового состояния предприятий в рыночных условиях хозяйствования.

Финансовая диагностика предприятия реализуется с помощью методов, позволяющих определить положение дел предприятия по результатам анализа и оценки его деятельности за определенный период времени. Финансовая диагностика предприятия осуществляется для выявления

качества его финансового менеджмента, степени предпринимательского риска, способности к наращиванию капитала, рациональности использования оборотных средств. Она предназначена оценить финансовое состояние предприятия с точки зрения возможностей решения проблем, стоящих перед ним.

Научно-методическое обеспечение диагностики кризиса предприятия, по нашему мнению, должно включать: формирование направлений проведения диагностики кризиса; выбор методик проведения диагностики кризиса предприятия; формирование совокупности финансово-экономических показателей оценки для проведения диагностики кризиса предприятия; проведение соответствующих расчетов с использованием ПК и получение численных результатов диагностирования кризиса предприятия; анализ полученных результатов диагностики кризиса и установление соответствующего диагноза; при необходимости, принятие решения по разработке мер, направленных на улучшение финансового состояния предприятия, и их реализация.

В качестве направлений проведения диагностики кризиса предприятия были выбраны следующие:

- диагностика динамики структуры баланса предприятия;
- диагностика финансового состояния по склонности предприятия к банкротству;
- экспресс-диагностика финансового состояния предприятия;
- выявление признаков скрытого банкротства;
- выявление признаков доведения до банкротства;
- анализ полученных результатов финансовой диагностики;
- принятие решения по разработке и реализации мероприятий, направленных на улучшение финансового состояния предприятия.

По каждому выбранному направлению диагностики кризиса предлагается использовать следующие методики:

- по направлению «диагностика структуры баланса предприятия» – методика В. В. Ковалева [82, с. 60];
- по направлению «диагностика финансового состояния по склонности предприятия к банкротству» – методика У. Бивера [83, стр. 179, 189];
- по направлению «экспресс-диагностика финансового состояния предприятия» – методика Р. С. Сайфулина и Г. Г. Кадыкова [83, с. 180];
- по направлению «выявление признаков скрытого банкротства» – методика О. Кононенко и А. Маханько [84, с. 95-97]);
- по направлению «выявление признаков доведения до банкротства» – методика О. Кононенко и А. Маханько [84, с. 94-95]).

Для проведения процедуры диагностики кризиса управления деятельностью предприятия используются официальная статистическая информация предприятий. Для решения данной задачи выбраны детерминированные аналитические прикладные смешанные модели и соответствующие методы детерминированного анализа с учетом рекомендаций [82, 83, 85, 86]. Характеристики предложенного научно-методического обеспечения диагностики кризиса в процессах управления предприятием, в том числе выбранные математические модели для расчета искомых показателей, наведены в табл. 2.8.

Таблица 2.8 – Характеристика научно-методического обеспечения диагностики кризиса в процессах управления деятельностью предприятия

Направление диагностики	Методика	Исходная информация	Модель расчета
1	2	3	4
1. Диагностика структуры баланса предприятия	Методика В. В. Ковалева, [82, с. 60]	Оборотные активы, внеоборотные активы, собственный капитал, валюта баланса, долгосрочные обязательства	$ТР_6 = Б_{i+1} / Б_i$; $ТР_{Aj} = A_{j+1} / A_{ji}$; $ТР_{Bj} = B_{j+1} / B_{ji}$
2. Диагностика склонности предприятия к банкротству	Методика У. Бивера, [83, с. 179, 189]	Чистая прибыль, амортизация, актив, собственный и заемный капитал, оборотные активы, краткосрочные обязательства	$КБ = (ЧП + Ам) / ПК$; $РА = (ЧП / A) \cdot 100$; $ФЛ = (ДЗ + КЗ) / A$; $КП = ОА / КЗ$; $КПА = (ВК - ПА) / A$

1	2	3	4
3. Экспресс-диагностика финансового состояния предприятия	Методика Р. С. Сайфулина и Г. Г. Кадыкова, [83, с. 180]	Пассивы по группам, краткосрочные обязательства, активы по признаку ликвидности, доход и чистый доход от реализации продукции, оборотные активы	$R = 2 \cdot K_{заб} + 0,1 \cdot K_{пл} + 0,08 \cdot K_i + 0,45 \cdot K_m + K_{рв};$ $K_{заб} = BK / П;$ $K_{пл} = (Л1 + Л2 + Л3) / ((П1 + П2));$ $K_i = ДР / ОА;$ $K_m = ПР / ДР;$ $K_{рв} = ЧП / ВК$
4. Выявление признаков скрытого банкротства	Методика А. Кононенко и А. Маханько, [84, с. 95-97]	Денежные средства, оборотные активы, краткосрочные обязательства, оборотные активы	$K_{ла} = ГК / КЗ;$ $K_{лп} = ОА / КЗ$
5. Выявление признаков доведения предприятия до банкротства	Методика А. Кононенко и А. Маханько, [84, с. 94-95]	Долго- и краткосрочные обязательства, валюта баланса, оборотные активы	$K_{за} = А / (ДЗ + КЗ);$ $K_{зоа} = ОА / (ДЗ + КЗ);$ $ЧА = ОА - (ДЗ + КЗ)$

Источник: авторская разработка

Принятые обозначения:

$ТР_6$ – темп роста валюты баланса предприятия;

B_i, B_{i+1} – численное значение валюты балансы в i -ом и $(i+1)$ -ом году соответственно;

$ТР_{Aj}$ – темп роста удельного веса j -го раздела актива баланса;

$A_{ji}, A_{j\ i+1}$ – удельный вес j -го раздела актива баланса предприятия в i -ом и $(i+1)$ -ом году соответственно;

$ТР_{Bj}$ – темп роста удельного веса j -го раздела пассива баланса;

$B_{ji}, B_{j\ i+1}$ – численное значение удельного веса j -го раздела пассива баланса предприятия в i -ом и $(i+1)$ -ом году соответственно;

KB – коэффициент Бивера;

$ЧП$ – чистая прибыль;

$Ам$ – амортизация;

$ПК$ – заемный капитал;

$РА$ – рентабельность актива баланса предприятия;

А – актив (валюта баланса) предприятия;
ФЛ – финансовый леверидж;
ДЗ – долгосрочные обязательства;
КЗ – краткосрочные обязательства;
КПА – коэффициент покрытия активов чистым оборотным капиталом;
ВК – собственный капитал;
ПА – внеоборотные активы предприятия;
КП – коэффициент покрытия;
ОА – оборотные активы;
Р – рейтинговое число (критерий оценки);
Кзаб – коэффициент обеспеченности собственными средствами;
Кпл – показатель текущей ликвидности;
Ки – интенсивность оборота авансируемого капитала;
Км – коэффициент менеджмента;
Крв – рентабельность собственного капитала;
П – пассивы предприятия;
Л1 – наиболее ликвидные активы;
Л2 – быстро реализуемые активы;
Л3 – медленно реализуемые активы;
П1 – наиболее срочные обязательства;
П2 – краткосрочные пассивы;
ДР – объем реализованной продукции (доход от реализации продукции);
ПР – прибыль от реализации продукции (финансовый результат до налогообложения);
Кла – коэффициент абсолютной ликвидности;
ГК – денежные средства;
Клп – коэффициент текущей ликвидности;

Кзза – коэффициент обеспечения обязательств предприятия его активами;

Кззоа – коэффициент обеспечения обязательств предприятия его оборотными активами;

ЧА – чистые активы предприятия.

Процедура диагностики кризиса в управлении предприятием реализована в среде Microsoft Excel. В качестве базы для анализа было выбрано одно из предприятий Харьковщины. В табл. 2.9 приведена выходная информация – результаты расчетов согласно выбранным направлениям диагностики кризиса по статистическим данным предприятия за период 2013–2014 гг.

Таблица 2.9 – Выходная информация

Показатель	Численные значения по годам, тыс.грн.	
	2013	2014
Необоротные активы	46580	76268
Оборотные активы	32785	35939
Валюта баланса	82034	112239
Износ	5990	7203
Ликвидные активы	26553	27676
Готовая продукция	10734	16026
Денежные средства	230	245
Собственный капитал	47023	50439
Долгосрочные обязательства	15700	28700
Текущие обязательства	18465	32615
Текущие обязательства по расчетам	2287	913
Доход (выручка) от реализации продукции (товаров, работ, услуг)	12135	134872
Финансовый результат до налогообложения	2690	3615
Чистая прибыль (убыток)	1554	3416

Численные данные табл. 2.9 характеризуют результаты расчетов по первому направлению диагностики. В табл. 2.10 приведена информация относительно диагностики структуры баланса.

Следует заметить, что диагностика структуры собственного капитала является самым важным направлением финансовой диагностики по оценке

аналитиков фирмы «Du Pont». Непосредственно собственный капитал является основным источником финансирования имущества предприятия [84, с. 28]. Для банков и других инвесторов более привлекательной является ситуация, когда доля собственного капитала у клиента очень высокая. Это исключает финансовый риск не возвращения заемных средств. Но предприятия, как правило, заинтересованы в получении заемных средств.

Таблица 2.10 – Диагностика структуры баланса предприятия

Показатель	Темп роста,% (2013/2014)	Диагноз
Необоротные активы	163,74	Расширение хозяйственного оборота предприятия
Оборотные активы	109,62	Расширение хозяйственного оборота предприятия
Валюта баланса	136,82	Расширение хозяйственного оборота предприятия
Показатель	Удельный вес,% (2013/2014)	Диагноз
Необоротные активы	67,95	«Тяжёлая» структура активов: 67,95% >40%
Оборотные активы	32,05	«Тяжёлая» структура активов: 32,05% <60%
Собственный капитал	44,94	Достаточно высокий уровень финансовой стойкости: 44,94% <50%
Долгосрочные обязательства	26	Взвешенная финансовая структура предприятия

Поэтому при проведении внутреннего анализа и диагностики финансового состояния предприятия необходимо: исследование динамики и структуры собственного и заемного капитала, выяснение причин изменения отдельных составляющих, оценивание эти изменений на протяжении анализируемого периода времени.

В табл. 2.11 и табл. 2.12 приведены численные данные, характеризующие результаты расчетов по 2-му и 3-му направлению диагностики соответственно.

Таблица 2.11 – Диагностика финансового состояния по показателям У. Бивера

Показатель	Численное значение	Рекомендуемое значение		
		Устойчивое предприятие	За 5 лет до банкротства	За 1 год до банкротства
Коэффициент Бивера	0,178	0,40-0,45	0,17	-0.15
Рентабельность активов, 100%	3,04	6-8	4	-22
Финансовый леверидж	0,546	≤ 37	≤ 50	≤ 80
Коэффициент покрытия активов чистым оборотным капиталом	0,449	0,4	$\leq 0,3$	0,06
Коэффициент покрытия	1,102	$\leq 3,2$	≤ 2	≤ 1

В таблице 2.12 приведены результаты экспресс-диагностики финансового состояния предприятия. Система экспресс-диагностики финансового состояния обеспечивает раннее выявление признаков его кризисного развития по таким градациям: легкий финансовый кризис, глубокий финансовый кризис, финансовая катастрофа [87, с. 282].

Таблица 2.12 – Экспресс-диагностика финансового состояния предприятия

Показатель	Численное значение показателя	Рекомендуемое значение
Коэффициент обеспеченности собственными средствами	0,449	$\geq 0,1$
Коэффициент текущей ликвидности	0,849	≥ 2
Интенсивность оборота капитала	3,753	$\geq 2,5$
Коэффициент менеджмента	0,027	$\geq d=0,99$
Рентабельность собственного капитала	0,068	$\geq 0,2$
Рейтинговое число $R = 1,363$		
Диагноз:		
$R > 1$ -удовлетворительное состояние предприятия		
$R < 1$ -неудовлетворительное состояние предприятия		

В табл. 2.13 приведены численные данные, которые характеризуют результаты расчетов по 4-му направлению диагностики.

Таблица 2.13 – Выявление признаков скрытого банкротства предприятия

Показатель	Численное значение показателя	Рекомендуемое значение показателя	Диагноз
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,008	0,2-0,35	Не эффективное использование денежных средств
Коэффициент текущей ликвидности	1,102	1,0-1,5	Не нарушенная структура капитала
Коэффициент Бивера	0,178	>0,2	Не желательное сокращение доли прибыли, которая направлена на развитие предприятия

Данные, характеризующие результаты расчетов по 5-му направлению диагностики представлены в табл. 2.14.

Таблица 2.14 – Выявление признаков доведения предприятия до банкротства

Показатели	Численное значение по годам		Абсолютное изменение показателя	Диагноз
	2013	2014		
Коэффициент обеспечения обязательств предприятия его активами	1,831	2,343	0,512	Улучшение численных значений рассчитанных показателей за анализируемый период времени свидетельствует об отсутствии признаков доведения предприятия до банкротства
Коэффициент обеспечения обязательств предприятия его оборотными активами	0,586	0,936	0,35	
Чистые активы предприятия	-25376	-2226	23150	

Признаками скрытого банкротства являются следующие: уменьшение роста или снижение оценки имущества предприятия, искусственный рост размера кредиторской и дебиторской задолженности, наличие у предприятия штрафов, неустоек, пени, которые признаны в суде за невыполнение условий договора и не соблюдение требований законодательства; убыточность на протяжении двух лет; наличие на протяжении последних двух лет в суде начатых дел, согласно которым предприятие является ответчиком, направление инвестиций на неосновную деятельность предприятия;

превалирование в структуре доходов предприятия доходов от неосновной деятельности, не обоснованное сокращение штата предприятия; отклонение показателей ликвидности от граничных значений.

При выявлении признаков доведения предприятия до банкротства осуществляется проверка на предмет изменения уровня обеспечения обязательств кредиторов за анализируемый период времени. Для этого анализируют динамику изменений показателей, которые приведены в табл. 2.14. Ухудшение этих показателей за анализируемый период времени свидетельствует о признаках доведения предприятия до банкротства. В такой ситуации предлагается проверять условия заключенных договоров на предмет адекватности рынка товаров и услуг относительно конъюнктуры (цены, объемы продаж, качество, конкуренция и т.п.). Необходимо также проводить проверку для предприятия-должника условий заключенных за данный период времени договоров.

2.6. Формирование комплекса антикризисных мероприятий на предприятии по результатам диагностики

Для конкретного предприятия, на примере которого было проведено диагностику кризиса по описанным выше направлениям, по результатам сравнения полученной цифровой информации с заказными (критическими) ее значениями или определенной шкале оценки по каждой модели диагностики ставится определенный диагноз о наличии кризисного состояния предприятия.

Для исследуемого гипотетического предприятия по результатам проведенной процедуры диагностики кризиса было установлено, что для деятельности данного предприятия характерно следующее:

- расширение хозяйственного оборота;

- достаточно взвешенная финансовая стратегия;
- достаточно высокий уровень финансовой устойчивости;
- отсутствуют признаки доведения предприятия до банкротства;
- финансовое состояние предприятия удовлетворительное;
- «тяжелая» структура активов;
- нежелательное сокращение доли прибыли, которая направлена на развитие предприятия;
- неэффективное использование денежных средств.

При проведении диагностики кризиса в управлении деятельностью предприятия важное значение имеет не только оценка изменений его финансового состояния, но и выявление причин, которые привели к его ухудшению [88]. На этом этапе также выясняются причины изменений показателей и определяются рычаги их оптимизации (рис. 2.7).



Рисунок 2.7 – Основные причины ухудшения показателей финансового состояния предприятия (пример условный)

В данном случае для предприятия по условному примеру имеет место нежелательное изменение одного показателя. Так, наблюдается снижение коэффициента общей текущей ликвидности с 1,776 в 2013 г. до 1,102 в 2014 г. При этом надо иметь в виду, что в соответствии с общепринятыми стандартами, этот коэффициент должен находиться в пределах от единицы до двух [84, с. 50]. Нижняя граница обусловлена тем, что оборотных средств должно быть достаточно для погашения краткосрочных обязательств, иначе предприятие окажется под угрозой банкротства.

При наличии на предприятии кризиса или его признаков для достижения целей предприятия по выходу его из кризисного состояния необходимо принимать оперативные и стратегические меры, общий перечень которых по рекомендациям [89] приведены на рис. 2.8.



Рисунок 2.8 – Меры по выходу предприятия из кризиса

Можно сформулировать несколько основных причин кризисных явлений, которые возникают в финансовом состоянии предприятия:

- низкие объемы получаемой прибыли;
- отсутствие потенциальных возможностей сохранять приемлемый уровень финансового состояния;
- нерациональное управление результатами деятельности (или финансами), или все вместе.

Выяснение того, какая из указанных выше причин привела к ухудшению финансового состояния предприятия, имеет принципиальное значение. В зависимости от этого осуществляется выбор соответствующих управленческих решений на предприятии.

С учетом рекомендаций [90] в табл. 2.15 представлены возможные направления применения на предприятии результатов диагностики кризиса. Необходимо установить не только причины проблем, но и причины успехов.

Таблица 2.15 – Направления применения результатов диагностики кризиса

Возможная причина	Индикатор	Параметр	Направление действия
1. Низкий уровень доходов	Рентабельность продаж	объем продаж	оптимизация ассортимента продукции, маркетинг
		цена продукции	маркетинг
		производственные расходы	управление затратами
		непроизводственные расходы	управление затратами
2. Высокие расходы	Денежный поток	рост запасов	управление оборотными средствами
рост дебиторской задолженности			
3. Нерациональное использование средств		рост кредиторской задолженности	

Использование результатов диагностики кризиса на предприятии по индикатору «рентабельность продаж» представлено на рис. 2.9.

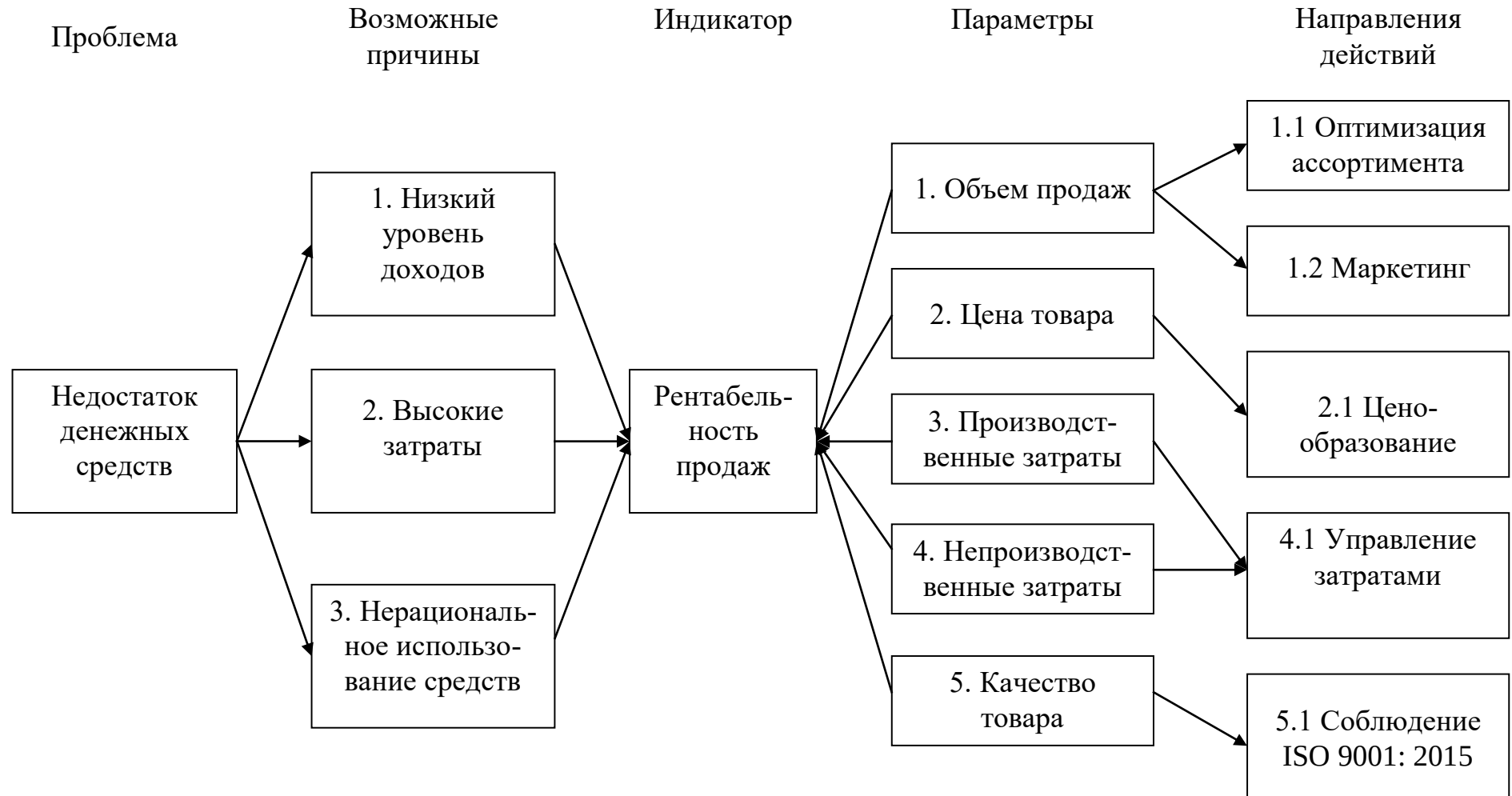


Рисунок 2.9 – Использование результатов диагностики кризиса по индикатору «рентабельность продаж»

При этом важно определить, в какой плоскости лежат указанные на рис. 2.9 причины – результаты деятельности или использование результатов и действия самого предприятия или изменения внешней среды привели к ним.

Таким образом, с учетом стремительных изменений, происходящих во внешней среде, рекомендуется регулярное проведение процедуры диагностики кризиса в управлении деятельностью предприятия с периодичностью один раз в квартал.

Использование предлагаемой научно-методической разработки на практике обеспечивает получение информации, приобретает важное значение для корректировки тактических планов и своевременного принятия топ-менеджерами научно обоснованных управленческих решений на предприятии. Внедрение предложенных рекомендаций будет способствовать росту рыночной доли предприятия, обеспечению укрепления конкурентных позиций, укреплению финансовой стабильности, что является залогом роста уровня конкурентоспособности промышленного предприятия в современной конкурентной среде.

2.7. Обеспечение эффективности деятельности предприятия: инвестиционный аспект

В условиях усиления конкуренции на рынках промышленной продукции каждое предприятие-товаропроизводитель стремится обеспечить эффективность своей производственно-хозяйственной деятельности, избежание состояния неплатежеспособности, стабильность функционирования и постепенное развитие бизнеса в долгосрочной перспективе. Интеграция Украины в мировые и общеевропейские структуры

требует изготовления промышленной продукции по новым стандартам, что требует определенных инвестиционных вложений.

В условиях ограниченности собственных ресурсов отечественные предприятия испытывают острую потребность в денежных поступлениях от инвесторов, которые будут дополнять собственные средства и в совокупности формировать необходимую финансовую базу для реализации реальных инновационно-инвестиционных проектов. Именно поэтому на современном этапе возрастает актуальность научно-теоретических исследований и практических разработок в сфере обеспечения эффективной деятельности предприятий промышленности, в том числе за счет формирования их высокой инвестиционной привлекательности в современных нестабильных условиях хозяйствования.

Необходимость достижения динамического равновесия субъектов хозяйствования с внешней и внутренней средой, обеспечение выживания в условиях рынка на основе реализации комплекса соответствующих мероприятий и обеспечения экологической конкурентоспособности в жесткой конкурентной среде, необходимость оптимального управления активами, создание реальной ценности каждого промышленного предприятия за счет реализации инвестиционных программ и проектов проведения преобразований, направленных на достижение стратегических целей, усиливает особое внимание к проблеме обеспечения эффективности деятельности отечественных промышленных предприятий, в том числе путем повышения их инновационной привлекательности [5, 91]. Вопрос поиска путей обеспечения эффективной деятельности промышленных предприятий приобретает популярность как среди ученых, так и специалистов-практиков. Как отмечает Бугров М. в статье [92] «... все чаще клиенты обращаются с просьбой проработать для них комплекс мероприятий для повышения эффективности бизнеса». Анализ динамики основных показателей развития промышленности Харьковской области за последние годы свидетельствует о

нестабильности работы предприятий, обуславливает целесообразность поиска путей повышения эффективности их деятельности. Экономическое состояние предприятий машиностроительной промышленности является достаточно тяжелым, почти кризисным для многих из них [8].

В работе [93] предоставляется классификация факторов влияния на эффективность деятельности промышленных предприятий и рассматриваются следующие основные их виды, как организационные, экономические, технические, физиологические, социально-психологические [94, с. 34; 95, с. 205; 96, с. 99]. Однако, такой фактор, как инвестиционная привлекательность предприятия, до сих пор не рассматривался исследователями в качестве возможного пути повышения экономической эффективности промышленного предприятия.

Как показывает обзор литературных источников по проблеме исследования, наиболее полно разработаны вопросы оценки инвестиционной привлекательности регионов, отраслей промышленности, отдельных инвестиционных проектов [97, 98]. Однако все еще не разработано единой теоретической и методологической базы для определения и оценки инвестиционной привлекательности предприятия, тем более исследования взаимосвязи между экономической эффективностью предприятия и уровнем его инвестиционной привлекательности.

Результаты сравнительного анализа методик оценки инвестиционной привлекательности предприятий приводятся в трудах таких ученых, как Васильцова А.М., Соколова Л.В., Билык М.С., Бойчук Р.М., Хобта В.М., Мешков А.В. и другие [98-101]. Однако при этом в этих методиках не учитывается зависимость инвестиционной привлекательности предприятия от привлекательности территориального расположения в пределах региона/города, в котором оно работает, наличии развитых производственных коммуникаций.

Таким образом, исследование инвестиционной привлекательности промышленного предприятия, по нашему мнению, должно базироваться не только на выбранной совокупности финансовых показателей (коэффициентов), а также учитывать и другие факторы, не связанные с данными бухгалтерской отчетности.

Каждое предприятие стремится получить максимальную прибыль при минимальных затратах, для чего разрабатывает различные стратегические варианты своего развития. В процессе реализации финансовой стратегии предприятие испытывает потребность формировать свои доходы в результате несения определенных затрат, что и обуславливает необходимость поиска путей как снижения расходов, так и роста доходов. Особенно это проявляется при реализации инновационно-инвестиционных программ, когда обостряется вопрос поиска внешних источников финансирования. В этой ситуации высокий уровень инвестиционной привлекательности конкретного промышленного предприятия становится своеобразным дополнительным аргументом для инвесторов по выбору объекта инвестирования и вложения своих средств именно в данное предприятие.

Таким образом, все это свидетельствует о необходимости проведения дальнейшего научного поиска в направлении указанных выше проблем с учетом тех недостатков, которые присущи существующему научно-методическому инструментарию в области исследования. Поэтому важным становится разработка концептуальных вопросов взаимосвязи инвестиционной привлекательности и экономической эффективности деятельности отечественных промышленных предприятий в поликонтурном пространстве.

Экономическая эффективность промышленного предприятия характеризует результативность экономической деятельности, экономических программ и мероприятий, что определяется отношением

полученного экономического эффекта, результата к затратам факторов, ресурсов, обусловившим получение этого результата [9].

Основой экономической стабильности страны в современных меняющихся условиях хозяйствования является эффективно функционирующие предприятия, и, прежде всего, в промышленно развитых регионах. Это в полной мере касается Харьковской области, промышленность которой представлена машиностроительными и металлообрабатывающими предприятиями и промышленным производством строительных материалов. Был проведен анализ эффективности деятельности промышленных предприятий (на примере Харьковской области) по таким показателям, как рентабельность операционной деятельности (рис. 2.10) и убыточность предприятий промышленности (табл. 2.16) в течение 2010-2013 гг. По данным Главного управления статистики в Харьковской области [8].

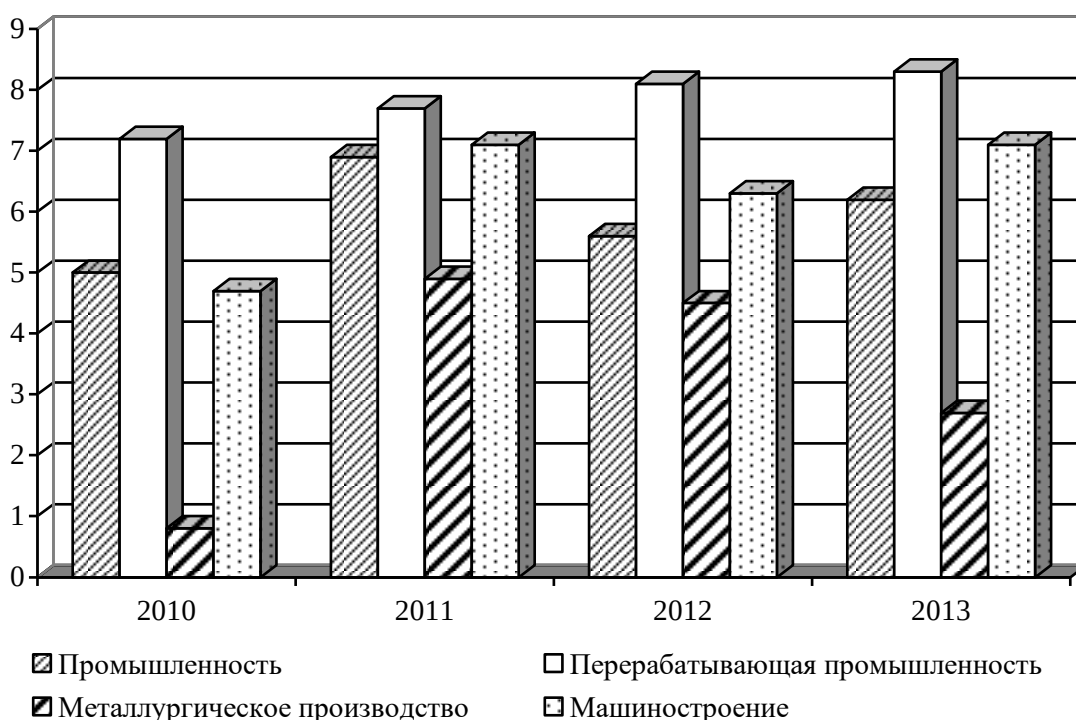


Рисунок 2.10 – Динамика показателя «Уровень рентабельности операционной деятельности предприятий промышленности» (на примере Харьковской области), %

Можно сделать вывод, что динамика показателя эффективности деятельности предприятия нестабильна по времени, а также весьма значительным остается удельный вес промышленных предприятий, получающих убытки.

Таблица 2.16 – Динамика показателя «Удельный вес убыточных предприятий промышленности» (на примере Харьковской области)

Вид промышленной деятельности	Значение по годам, %			
	2010	2011	2012	2013
Промышленность	40,8	36,1	35,1	34,5
Перерабатывающая промышленность	35,0	34,3	33,8	33,8
Металлургическое производство, производство готовых металлических изделий ¹	45,1	38,8	35,5	38,9
Машинобудування ²	35,9	31,0	30,6	31,6

Примечание. Не учитывалось: ¹ производство машин и оборудования, ² ремонт и монтаж.

Поскольку современное состояние экономического развития страны в целом характеризуется высоким уровнем износа основных средств, достаточно низким уровнем капитализации предприятий, возникает необходимость стимулирования роста инвестиций в основной капитал предприятий. Современной основой подъема экономики страны является активное использование достижений научно-технического прогресса, научных знаний, высоких технологий на промышленных предприятиях [5, с. 207].

Эффективное функционирование промышленных предприятий играет важную роль в развитии других видов деятельности и позволяет обеспечить безкризисное развитие национальной экономики. Производственно-хозяйственная и социальная деятельность промышленных предприятий может быть эффективной только при условии внедрения инноваций, новейших технологий, что требует вложения определенных инвестиций. Основной и наиболее общей целью привлечения инвестиций является повышение эффективности деятельности предприятия. Устойчивое

конкурентоспособное функционирование промышленного предприятия возможно только при масштабном расширении его деятельности, его модернизации, а также при введении и использовании новейших технологий. Осуществление всех этих мероприятий требует своевременного поиска источников дополнительных финансовых ресурсов – реальных инвестиций [102].

Обеспечить эффективность экономики промышленных предприятий, новое качество ее роста при ограничении финансовых ресурсов возможно при условии достижения победы в борьбе за прямые инвестиции возможных инвесторов. Важной составляющей процесса принятия инвестиционного решения инвестором является оценка инвестиционной привлекательности потенциальных объектов инвестирования – промышленных предприятий.

Сравнительный анализ существующих методических подходов к оценке инвестиционной привлекательности предприятий [99, 103-106] показал следующее:

- не существует как общепринятого определения понятия инвестиционной привлекательности предприятия, так и единой методики оценки инвестиционной привлекательности промышленных предприятий;
- процесс оценки инвестиционной привлекательности предприятия базируется как на традиционном, так и на комплексном подходах, требует использования системы критериев оценки искомого показателя;
- оценка инвестиционной привлекательности предприятия требует использования не только большого количества однотипных показателей, рассчитанных по данным бухгалтерской отчетности, но и учета других факторов, не связанных с финансовой деятельностью предприятия (конъюнктура рынка, деловая репутация акционеров, уровень преступности в регионе, отношения бизнеса с местными и центральными властями, удаленность источников энергоносителей, отраслевая принадлежность, местонахождение предприятия и др.);

- широкое распространение получает использование на практике интегрального показателя инвестиционной привлекательности промышленных предприятий, рассчитанного в динамике, использование которого способствует принятию инвестиционного решения со стороны инвестора;

- применение интегральной оценки позволяет объединить в одном показателе много разных по названию, единицам измерения, значимости и другими характеристиками факторов, что упрощает процедуру анализа конкретного инвестиционного предложения, а иногда рассматривается как единственно возможный вариант ее проведения и предоставления объективных окончательных выводов;

- составление рейтинга потенциальных объектов инвестирования позволяет инвестору получить количественное обоснование сравнительной выгоды различных альтернатив вложения финансовых ресурсов при наложенных ним ограничениях и требованиях к возврату средств.

Требования современной практики управления инвестиционной деятельностью по научной обоснованности и рационального подхода к процессу принятия решений обуславливают актуальность и необходимость дальнейшей теоретико-методологической проработки проблемы обобщения, совершенствования и развития методических основ оценки инвестиционной привлекательности промышленных предприятий – потенциальных объектов инвестирования, имеет определенное практическое значение ее решения как для украинской экономики в целом, так и для ее промышленности.

Проведенные исследования [93-101; 102-106] дали основание для обоснования целесообразности и необходимости: а) учета показателя инвестиционной привлекательности как фактора обеспечения экономической эффективности деятельности промышленного предприятия; б) предложения методического подхода к оценке интегрального показателя инвестиционной

привлекательности, основанного на использовании выбранной совокупности динамических финансовых показателей, а также нефинансовых факторов (привлекательность места расположения предприятия, наличие транспортных и производственных коммуникаций) в) использования синергетического подхода к управлению промышленным предприятием в поликонтурном пространстве, заданном такими векторами, как «ИП ИПП – интегральный показатель инвестиционной привлекательности предприятия», «ИП ЭЭП – интегральный показатель экономической эффективности деятельности предприятия», «ИП ПП – интегральный показатель платежеспособности предприятия»; г) графической интерпретации поликонтурного пространства управления эффективностью деятельности промышленного предприятия (рис. 2.11).

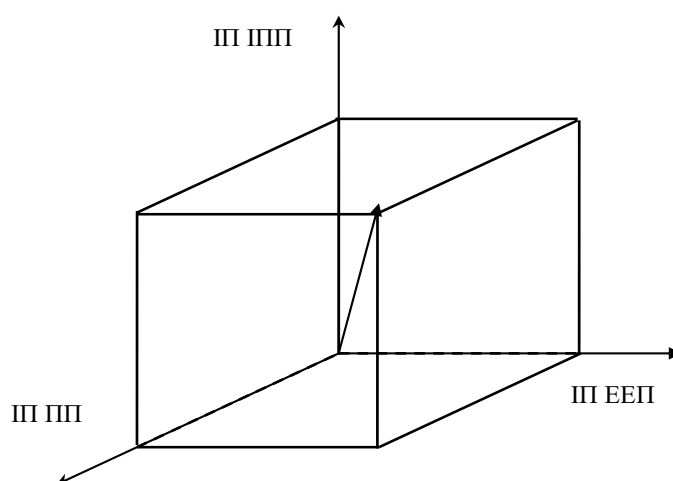


Рисунок 2.11 – Поликонтурное пространство управления эффективностью деятельности промышленного предприятия (ИП ЭЭП-ИП ИПП-ИП ПП)

Источник: авторская разработка

Согласно данной модели появляется возможность оценить направленность стратегического развития промышленных предприятий, сравнить их позиции в рамках предлагаемого поликонтура управления, рассмотреть приоритетность предприятий – альтернативных для

потенциальных инвесторов объектов инвестирования, наметить для них направления обеспечения платежеспособности и корректировки их конкурентных позиций на рынке.

Предложенный подход будет способствовать повышению экономической эффективности деятельности промышленных предприятий и укреплению их конкурентных позиций в современных нестабильных условиях хозяйствования, а также станет важным рычагом для акционеров, инвесторов, кредиторов принятия обоснованных стратегических решений в инвестиционной сфере. Перспективой дальнейших исследований может быть применение элементов и понятий теории нечетких множеств к разработке методического инструментария расчета указанных выше интегральных оценочных показателей промышленного предприятия.

Литература к 2 разделу

1. Шохина, Е. Новое качество роста [Электронный ресурс] / Е. Шохина. – Режим доступа : <http://expert.ru/2012/04/23/novoe-kachestvo-rosta/>. – Загл. с экрана.
2. Живолуп, Д. И. Эффективность как одна из главных характеристик деятельности предприятия [Электронный ресурс] / Д. И. Живолуп, Е. Е. Сидорова. – Режим доступа : www.confcontact.com/20111222/3_zhivolup.p. – Загл. с экрана.
3. Татаров, В. И. Устойчивое и эффективное развитие экономики хозяйствующих субъектов [Электронный ресурс] / В. И. Татаров. – Режим доступа: <http://www.b2russia.ru/discussmain.html>. – Загл. с экрана.
4. Управління підприємством в умовах ринку : теоретичні та практичні аспекти: монографія / Л. В. Соколова, Г. М. Верясова, О. Є. Соколов та ін. ; за заг. ред. д.е.н., проф. Л. В. Соколової. – Х. : ТОВ «Компанія СМІТ», 2012. – 312 с.

5. Соколов, О. Є. Ефективність діяльності машинобудівних підприємств: інноваційно-інвестиційні аспекти : monograph [Modern problems of the economy of development in the context of the world transformational changes] / О. Є. Соколов. – Opole : The Academy of Management and Administration in Opole, 2013. – Р. 205–214.
6. Економічний аналіз : підруч. / за ред. проф. С. А. Меховича, проф. В. М. Тимофєєва, доц. І. М. Погорєлова. – Віровець А. П. «Апостроф», 2009. – 752 с.
7. Петрович, Й. М. Економіка підприємства : підруч. / Й. М. Петрович. – Львів : «Магнолія 2006», 2011. – 580 с.
8. Сайт Головного управління статистики у Харківській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу : uprstat.kharkov.ukrtel.net/. – Назва з екрану.
9. Афанасьєв, М. В. Економіка підприємства : навч.-метод. посібник / М. В. Афанасьєв, О. Б. Плоха. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2007. – 320 с.
10. Мозенков, О. В. Управління стратегічним розвитком підприємства : методологія, інструментарій, організація : монографія / О. В. Мозенков. – Х. : Одиссей, 2008. – 288 с.
11. Пастухова, В. В. Стратегічне управління підприємством : філософія, політика, ефективність : монографія / В. В. Пастухова. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2002. – 302 с.
12. Продиус, Ю. И. Экономика предприятия : учеб. пособие / Ю. И. Продиус. – Харьков : ООО «Одиссей». – 2007. – 416 с.
13. Тирінов, А. В. Особливості аналізу показників оцінки ефективності діяльності промислових підприємств / А. В. Тирінов // Тези доповідей міжнародної науково-практичної конференції «Антикризові аспекти регулювання економіки» (м. Харків, 2 – 4 грудня 2010 р.). – Х. : ФОП Павленко О. Г., ВД «ІНЖЕК». – 2010. – С. 169–172.
14. Сидора, Т. Ю. Критерії оцінювання ефективності діяльності підприємства / Т. Ю. Сидора // Ефективна економіка. – № 7. – 2012.

15. Про розвиток та державну підтримку малого та середнього підприємництва в Україні [Електронний ресурс] : Закон України від 22.03.2012 № 4618-VI. – Режим доступу : [http : // sfs.gov.ua/zakonodavstvo/...zakonodavstvo/zakoni.../zakoni.../58981.ht...](http://sfs.gov.ua/zakonodavstvo/...zakonodavstvo/zakoni.../zakoni.../58981.ht...) . – Назва з екрану.

16. Волков, Д. Л. Теория ценностно-ориентированного менеджмента : финансовый и бухгалтерский аспекты / Д. Л. Волков; Высшая школа менеджмента СПбГУ. – 2-е изд. – СПб. Изд-во «Высшая школа менеджмента»; Издат. дом С.-Петербур. гос. ун-та, 2008. – 320 с.

17. Sokolova, L. V. To the question of effective marketing innovation and investment projects choice in the engineering industry / L. V. Sokolova, G. M. Veriasova, O. Y. Sokolov // Маркетинг і менеджмент інновацій. – Суми. – ТОВ «ВТД «Університетська книга», 2014. – № 4. – С. 30–38.

18. Савицкая, Г. В. Анализ эффективности деятельности предприятия: методологические аспекты : монография / Г. В. Савицкая. – 2-е изд., испр. – М. : Новое знание, 2004. – 160 с.

19. Ковалев, В. В. Финансовый анализ : Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности / В. В. Ковалев. – М. : Финансы и статистика, 1996. – 432 с.

20. Заде, Л. Понятие лингвистической переменной и его применение к принятию приближенных решений / Л. Заде : Пер. с англ. – М. : Мир, 1976. – 165 с.

21. Недосекин, А. О. Применение теории нечетких множеств к задачам управления финансами / А. О. Недосекин // Аудит и финансовый анализ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http : // www.cfin.ru/press/afa/2000-2/08.shtml](http://www.cfin.ru/press/afa/2000-2/08.shtml). – Загл. с экрана.

22. Великоиваненко, В. И. Упрощенный алгоритм построения вероятностной модели оценки степени рисков инновационных проектов / В. И. Великоиваненко, Н. В. Гусаков, Д. Г. Пантенков, В. М. Соколов // Космическая техника и технологии, 2014, № 3 (6). – С. 81–89.

23. Андрейчиков, А. В. Анализ, синтез, планирование решений в экономике / А. В. Андрейчиков, О. Н. Андрейчикова. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 368 с.

24. Лисогор, В. М. Математична модель оцінки оптимальних показників рентабельності капіталу підприємства на основі методу нечіткої логіки / В. М. Лисогор, К. В. Мазур, Н. І. Гесик [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http : // repository.vsau.org/card.php?id=6376](http://repository.vsau.org/card.php?id=6376). – Назва з екрану.

25. Домаскіна, М. А. Теоретичні аспекти застосування теорії нечітких множин в економіці / М. А. Домаскіна // Вісник аграрної науки Причорномор'я. – 2013. – Вип. 2 (72). – С. 29–34.

26. Рзаев, Р. Р. Применение нечетких методов анализа для оценки кредитоспособности предприятий / Р. Р. Рзаев, А. И. Ибрагимов // Вісник ЧДТУ «Інформаційні технології і автоматика», 2011. – № 1. – С. 24–30.

27. Комазов, П. В. Використання методів нечітких множин у процесі ідентифікації економічного об'єкта / П. В. Комазов // Бізнес Інформ, 2012. – № 5. – С. 55–58.

28. Недосекин, О. Застосування теорії нечітких множин до фінансового аналізу підприємств / О. Недосекин [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.refs.co.ua/82429-Primenenie_teorii_nechetkih_mnozhestv_k_finansovo... – Назва з екрану.

29. Старченко, Л. В. Використання методу нечітких множин для діагностики ризику банкрутства підприємства / Л. В. Старченко, О. В. Старовойт, І. І. Семидоцька // Механізм регулювання економіки, 2012. – № 3. – С. 83–91.

30. Дерев'янка, П. М. Застосування теорії нечітких множин в оцінці економічної ефективності і ризику інвестиційних проектів [Електронний ресурс] / П. М. Дерев'янка. – Режим доступу : [http : // www. ua-referat.com](http://www.ua-referat.com). – Назва з екрану.

31. Соколова, Л. В. Організаційно-економічне забезпечення адаптації підприємств до невизначеності бізнес-середовища : дис. ... докт. екон. наук : 08.06.01 / Л. В. Соколова : [Інститут економіки промисловості НАН України]. – Донецьк, 2006. – 426 с.

32. Застосування теорії нечітких множин для оцінки фінансового стану підприємств [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http : // www.urpn.donetsk.ua/~masters/2012/iem/subbrys/library/nechetkay](http://www.urpn.donetsk.ua/~masters/2012/iem/subbrys/library/nechetkay). – Назва з екрану.

33. Потапов, Д. К. О методиках определения весовых коэффициентов в задаче оценки надежности коммерческих банков / Д. К. Потапов, Е. В. Евстафьева [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http : // www.ibl.ru/konf/041208/60.pdf](http://www.ibl.ru/konf/041208/60.pdf). – Загл. с экрана.

34. Кривов'язюк, І. В. Комплексна економічна діагностика підприємства : монографія / І. В. Кривов'язюк, Т. В. Божидарнік; Луц. нац. техн. ун-т. - Луцьк : РВВ Луцького НТУ, 2012. – 226 с.

35. Кривов'язюк, І. В. Економічна діагностика підприємства: теорія, методологія та практика застосування : моногр. / І. В. Кривов'язюк; Луц. держ. техн. ун-т. – Луцьк : Надстир'я, 2007. – 260 с.

36. Мельник, О. Г. Системи діагностики діяльності машинобудівних підприємств: полікритеріальна концепція та інструментарій: монографія / О.Г. Мельник. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2010. – 344 с.

37. Коваленко, О. В. Роль і місце економічної діагностики на підприємстві / О. В. Коваленко, М. О. Зайцева // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – 2013. Випуск 1. – Том 1. – С. 218–221.

38. Кузьмин, О. Е. Комплексная диагностика развития машиностроительных предприятий / О. Е. Кузьмин, О. Г. Мельник // Бизнес Информ. – 2010. – № 3 (2). – С. 60–67.

39. Кузьмін, О. Є. Концептуальні засади формування та використання полікритеріальних діагностичних систем на підприємствах

машинобудування / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник // Вісник економічної науки України. – 2010. – № 1 (2010). – С. 56–60.

40. Єлісєєва, О. К. Економічна діагностика в управлінні виробничо-економічними системами (статистичний аспект) : Моногр. / О. К. Єлісєєва. – Д. : Наука і освіта, 2006. – 292 с.

41. Заєць, Т. О. Діагностика підприємства як інструмент управління корпораціями / Т. О. Заєць // Наук. пр. Нац. ун-ту харч. технологій. – 2005. – № 17. – С. 191–193.

42. Авдющенко, А. С. Визначення результативності діяльності підприємств: роль та підходи / А. С. Авдющенко // Держава та регіони. Сер. Економіка та підприємництво. – 2010. – Вип. 2. – С. 10–17.

43. Шатунова, Т. О. Діагностика економічної стійкості машинобудівного підприємства : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Т. О. Шатунова; Східноукр. нац. ун-т ім. В. Даля. – Луганськ, 2010. – 19 с.

44. Нусінов, В. Я. Діагностика кризового стану підприємств з урахуванням фактора часу : монографія / В. Я. Нусінов, А. Б. Ярова. – Кривий Ріг : Чернявський Д.О., 2012. – 204 с.

45. Фомин Я. А. Диагностика кризисного состояния предприятия / Я. А. Фомин. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 349 с.

46. Скрипник, Н. Є. Удосконалення механізму антикризового управління через інструментарій економічної діагностики : автореф. дис... канд. екон. наук : 08.00.03 / Н. Є. Скрипник; Дніпропетр. нац. ун-т ім. О.Гончара. – Д., 2008. – 20 с.

47. Ісаєва, С. В. Економічна діагностика і вибір інвестиційно привабливих рішень у промисловості України : автореф. дис... канд. екон. наук : 08.07.01 / С. В. Ісаєва; НАН України. Ін-т пробл. ринку та екон.-екол. дослідж. – О., 2001. – 21 с.

48. Кузьмін, О. Є. Діагностика інвестиційної привабливості підприємств: концепція та інструментарій : монографія / О. Є. Кузьмін,

Л. Г. Ліпич, О. Г. Мельник, О. В. Товстенюк; Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки. – Луцьк : Вежа-Друк, 2014. – 195 с.

49. Вакульчик, О. М. Економічна діагностика інтелектуального капіталу в умовах інноваційного розвитку підприємства : монографія / О. М. Вакульчик, Г. Л. Ступнікер. – Д. : ІМА-прес, 2011. – 143 с.

50. Сокиринська, І. Г. Економічна діагностика та управління фінансовим забезпеченням підприємства : Автореф. дис... канд. екон. наук : 08.06.01 / І. Г. Сокиринська; Нац. металург. акад. України. – Д., 2004. – 20 с.

51. Олександренко, І. В. Діагностика ліквідності та платоспроможності підприємства / І. В. Олександренко // Актуал. проблеми економіки. – 2014. – № 6. – С. 419–426.

52. Кривов'язюк, І. В. Діагностика фінансово-господарської діяльності промислового підприємства : монографія / І. В. Кривов'язюк, Я. О. Кость; НАН України, Ін-т економіки пром-сті, Луц. нац. техн. ун-т. – Донецьк : ЛНТУ, 2012. – 199 с.

53. Дорошко, М. В. Діагностика процесу прийняття інвестиційних рішень у системі економічної безпеки підприємства : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 21.04.02 / М. В. Дорошко; МОНМС України, Східноукр. нац. ун-т ім. В. Даля. – Луганськ, 2011. – 22 с.

54. Шутяк, Ю. В. Діагностика економічної безпеки підприємства : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Ю. В. Шутяк; Хмельниц. нац. ун-т. – Хмельницький, 2011. – 21 с.

55. Хома, І. Б. Діагностика економічної захищеності машинобудівного підприємства : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.04 / І. Б. Хома; Нац. ун-т «Львів. політехіка». – Львів, 2013. – 45 с.

56. Лук'янова, В. В. Діагностика економічної безпеки підприємства : монографія / В. В. Лук'янова, Ю. В. Шутяк. – Хмельницький : ХНУ, 2014. – 165 с.

57. Марущак, С. М. Діагностика і планування економічної безпеки підприємства (на прикладі машинобудівних підприємств Миколаївської

області) : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / С. М. Марущак; ПВНЗ «Європ. ун-т». – Київ, 2014. – 21 с.

58. Родіонов, О. В. Діагностика безпеки розвитку потенціалу підприємства : монографія / О. В. Родіонов, О. А. Бурбело, В. О. Артеменко, Н. В. Тертична, С. І. Співак, О. Ю. Родіонова, В. В. Колесникова, Ю. О. Свинороєв, П. І. Мирошніченко, О. А. Бурнукіна, І. М. Манько, Г. С. Поповіченко, І. В. Колесникова, О. С. Бондаренко. – Луганськ : Ноулідж, 2012. – 291 с.

59. Шахно, А. Ю. Економічна діагностика конкурентних переваг як засіб посилення конкурентоспроможності підприємства / А. Ю. Шахно // Держава та регіони. Сер. Економіка та підприємництво. – 2013. – Вип. 5. – С. 92–97.

60. Розгон, І. В. Оцінка та діагностика конкурентоспроможності регіонів України : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.05 / І. В. Розгон; НАН України, НДЦ індустріал. пробл. розв. – Харків, 2014. – 20 с.

61. Гаркуша, Н. М. Діагностика конкурентоздатності продукції підприємства / Н. М. Гаркуша, Т. О. Сідорова, І. В. Руденко // Бізнес Інформ – 2014. – № 5. – С. 251–255.

62. Турило, А. М. Діагностика економічного розвитку підприємства на основі показників еластичності та адаптованості / А. М. Турило, С. В. Святенко, А. А. Турило // Вісн. Нац. ун-ту «Львів. політехніка». – 2012. – № 722. – С. 394–398.

63. Кузьмін, О. Є. Соціально-економічна діагностика діяльності підприємства в умовах глобалізації: сутність, види, принципи здійснення / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник, Н. Я. Петришин // Вісн. Нац. ун-ту «Львів політехніка». – 2010. – № 690. – С. 623–628.

64. Закорко, О. П. Економічна діагностика і оцінка господарської діяльності у стратегічному управлінні будівельними організаціями : автореф. дис... канд. екон. наук : 08.07.03 / О. П. Закорко; Київ. держ. техн. ун-т буд-ва і архіт. – К., 1999. – 20 с.

65. Рижакова, Г. М. Економічна діагностика та багатокритеріальна оптимізація портфелю будівельних інвестицій : автореф. дис... канд. екон. наук / Г. М. Рижакова; Київ. нац. ун-т буд-ва і архіт. – К., 2006. – 20 с.

66. Сагалакова, Н. О. Економічна діагностика діяльності торговельного підприємства : автореф. дис... канд. екон. наук / Н. О. Сагалакова; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. – К., 2006. – 20 с.

67. Корпанюк, Т. М. Фінансово-економічна діагностика сільськогосподарських підприємств: методичні підходи та інструментарій : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Т. М. Корпанюк; Вінниц. нац. аграр. ун-т. – Вінниця, 2013. – 20 с.

68. Міценко, Н. Г. Діагностика дієвості економічного механізму торговельного підприємства : монографія / Н. Г. Міценко, Н. І. Дуляба; Укоопспілка, Львів. комерц. акад. – Л., 2012. – 223 с.

69. Ожегов С. И. Словарь русского языка / С. И. Ожегов. Ок. 5700 слов / Под ред. Чл.-корр. АН СССР Н.Ю. Шведовой – 28-е изд. стереотип. – М. : Русс. яз., 1988. – 750 с.

70. Костенко, Т. Д. Економічний аналіз і діагностика стану сучасного підприємства : навч. посіб. / Т. Д. Костенко, Є. О. Підгора, В. С. Рижиков та ін. – К. : Центр навч. літератури, 2005. – 400 с.

71. Борисов, А. Б. Большой экономический словарь / А. Б. Борисов. – М. : Книжный мир, 2003. – 895 с.

72. Кость, Я. О. Процес фінансової діагностики підприємства та етапи його реалізації / Я. О. Кость // Таврійський економічний журнал. – 2008. – № 1. – С. 69–73.

73. Соколова, Л. В. Теоретичне забезпечення діагностики як превентивний захід запобігання банкрутства підприємства / Л. В. Соколова, Т. В. Полозова // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». Збірник наукових праць. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків : НТУ «ХПІ». – 2014. – № 65 (1107) – С. 152–160.

74. Бланк, И. А. Финансовый менеджмент : учебный курс. / И. А. Бланк – К. : Ника-Центр, Эльга, 2001. – 528 с.
75. Коласс, Б. Управление финансовой деятельностью предприятия. Проблемы, концепции и методы : учеб. пособ. / Б. Коласс / Пер. с франц. Под ред. Я. В. Соколова. – М., 2009. – 383 с.
76. Рапопорт, В. Ш. Диагностика управления / В. Ш. Рапопорт. – М. : Финансы и статистика, 1991. – 244 с.
77. Ананькина, Е. А. Контроллинг как инструмент управления предприятием / Е. А. Ананькина, С. В. Данилочкин, Н. Г. Данилочкина ; под ред. Н. Г. Данилочкиной. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 279 с.
78. Терещенко, О. О. Антикризове фінансове управління на підприємстві : монографія / О. О. Терещенко. – К. : КНЕУ, 2004. – 268 с.
79. Лігоненко, Л. О. Антикризове управління підприємством: теоретико–методологічні засади та практичний інструментарій / Л. О. Лігоненко. – К. : КНТЕУ, 2001. – 580 с
80. Ветрова, Н. М. Экономическая диагностика: проблемные аспекты / Н. М. Ветрова // Экономика и управление. – 2004. – № 4–5. – С. 6–8.
81. Костирко, Л. А. Діагностика потенціалу фінансово-економічної стійкості підприємства : монографія / Л. А. Костирко. – Луганськ : вид-во СНУ ім. В. Даля, 2004. – 240 с.
82. Ковалев, В. В. Финансовый анализ : Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности / В. В. Ковалев. – М. : Финансы и статистика, 1998. – 512 с.
83. Банкрутство і санація підприємства: теорія і практика кризового управління / [Клебанова Т. С. , Бондар О. М., Мозенков О. В. та ін.] ; за ред. О. В. Мозенкова. – Харків : ВД ІНЖЕК, 2003. – 272 с.
84. Кононенко, О. Аналіз фінансової звітності / О. Кононенко, О. Маханько. – Х. : Фактор, 2006. – 200 с.
85. Бусень, Л. Діагностика в антикризовому управлінні / Л. Бусень // Антикризовий менеджмент, 2005. – № 11 – С. 14–24.

86. Любушин, Н. П. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия : учеб. пособие / Н. П. Любушин, В. Б. Лещева, В. Г. Дьякова ; под. ред. проф. Н. П. Любушина. – М. : ЮНИТИ – ДАНА, 2000. – 471 с.
87. Бланк, І. А. Основи фінансового менеджменту / І. А. Бланк. – К. : Ника–Центр, 1999. – Т. 1. – 592 с.
88. Єлісєєва, О. К. Класифікація фінансового стану на основі методів багатомірного статистичного аналізу / О. К. Єлісєєва, Т. В. Решетняк // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 4. – С. 89–94.
89. Василенко, В. О. Антикризове управління підприємством : навч. посібник / В. О. Василенко. – К. : ЦУЛ, 2003. – 504 с.
90. Міністерство економіки України. – Наказ 19.01.2006 №14 «Про затвердження Методичних рекомендацій щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства».
91. Організація та управління інноваційною діяльністю : підручник / За ред. проф. Перерви П. Г., проф. Меховича С. А., проф. Погорєлова М. І. – Харків: НТУ «ХП», 2008. – 1025 с.
92. Бугров, М. Метрика ефективності [Електронний ресурс] / М. Бугров. – Режим доступу: http://www.cfin.ru/management/controlling/mgt_productivity.shtml – Загл. с екрана.
93. Крєтова, А. Ю. Класифікація чинників, які мають вплив на ефективність діяльності промислового підприємства [Електронний ресурс] / А. Ю. Крєтова, С.І. Меженська. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/20_DNI_2013/Economics/10_142590.doc.htm. – Назва з екрана.
94. Ячменьова, В. М. Ефективність управління діяльністю промислового підприємства та діагностика загроз : монографія / Ячменьова В. М., Височина М. В., Сулима О. Й. – Сімферополь : ВД Аріал, 2010. – 472 с.

95. Воронкова, А. Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия : диагностика и организация : монография / А. Э. Воронкова. – Луганск : ВЛУ, 2000. – 315 с.

96. Лепьохіна, О. В. Підвищення прибутковості машинобудівного підприємства : дис. ... кандидата екон. наук : 08.00.04 / Лепьохіна Олена Ваславіївна. – Херсон, 2010. – 22 с.

97. Бланк, И. А. Инвестиционный менеджмент / И.А. Бланк. – Киев : Эльга-Н, Ника-Центр, 2002. – 286 с.

98. Васильцова, А. М. Сравнительный анализ трактовок и методик оценки инвестиционной привлекательности предприятия [Электронный ресурс] / А. М. Васильцова. – Режим доступа : URL : [http : // ekonomika.snauka.ru/ 2013/08/2935](http://ekonomika.snauka.ru/2013/08/2935). – Загл. с экрана.

100. Білик, М. С. Порівняльний аналіз інвестиційної привабливості промислових підприємств з використанням методів сучасного факторного аналізу / М. С. Білик, Р. М. Бойчук // Менеджмент та підприємництво в Україні : етапи становлення та розвитку. Вісник НУ «Львівська політехніка». – 2002. – Вип. № 466. – С. 239–249.

99. Соколова, Л. В. Моделювання вибору інвестиційно-привабливого промислового об'єкту / Л. В. Соколова, Т. М. Герман // Економіка : проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць. Випуск 249. – В 5 т. – Т. 5. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2009. – С. 1312–1316.

101. Хобта, В. М. Порівняльна оцінка методів визначення інвестиційної привабливості підприємств / В. М. Хобта, А. В. Мешков // Економіка : проблеми теорії та практики. Зб. наук. праць. Випуск 182 : В 3 т. Том II. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2003. – С. 284–293.

102. Филимонов, В. С. Понятие инвестиционной привлекательности предприятия в современных рыночных условиях [Электронный ресурс] / В. С. Филимонов. – Режим доступа : <http://www.creativeconomy.ru/articles/25917/>. – Загл. с экрана.

103. Соколова, Л. В. Фінансова привабливість підприємства : оцінка та перспективи застосування / Л. В. Соколова // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 6 (48). – С. 48–56.
104. Липченко, Е. А. Понятие инвестиционной привлекательности предприятия: различные подходы к толкованию / Е. А. Липченко // Молодой ученый. – 2012. – № 7. – С. 9–97.
105. Федорова, Ю. В. Економічна привабливість потенційного учасника промислово-фінансової групи : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Ю. В. Федорова; [Національний технічний ун-т ХПІ] . – Х., 2009. – 20 с.
106. Щиборщ, К. Оценка инвестиционной привлекательности предприятий [Электронный ресурс] / К. Щибоц. – Режим доступа: [http // www. irinafa.narod.ru/68.do](http://www.irinafa.narod.ru/68.do). – Загл. с экрана.

РАЗДЕЛ 3. ПРОЕКТНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

3.1. Маркетинговая интеграция инвестиционного проекта

3.1.1. Общая характеристика маркетинга проекта

Концепция маркетинга проекта – тактический срез всей маркетинговой деятельности, в котором определяются среднесрочные, важные направления, целевые ориентиры, выбранные методы реализации определенной ранее стратегии управления инвестиционным и/или инновационно-инвестиционным проектом [1].

Любой инвестиционный проект от момента своего появления до момента окончания или ликвидации проходит ряд определенных этапов, которые называются жизненным циклом проекта (ЖЦП) [2].

Жизненный цикл инвестиционного проекта – исходное понятие для исследования проблем финансирования работ по проекту и принятия соответствующих решений. Протяженность ЖЦП во времени означает, что будущая величина затрат и доходов с сегодняшней точки зрения различна (рис. 3.1).

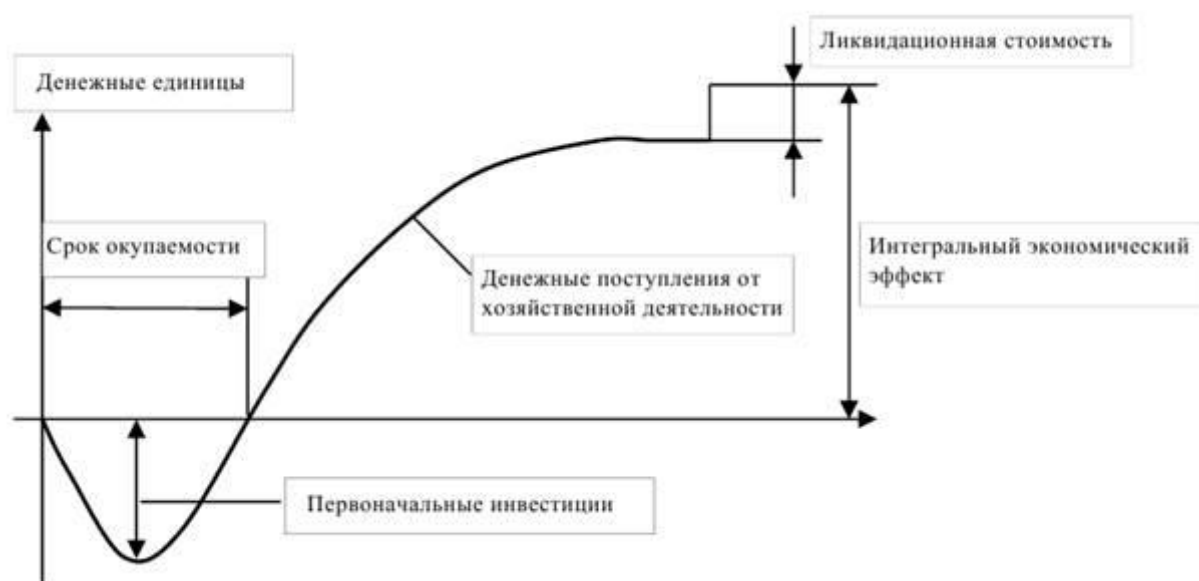


Рисунок 3.1 – Жизненный цикл инвестиционного проекта [1]

Основная деятельность по проекту за весь его жизненный цикл может быть разбита на фазы (стадии), а те в свою очередь – на этапы. Основные стадии трехфазного цикла следующие:

- прединвестиционная стадия – от предварительного исследования до окончательного решения о принятии инвестиционного проекта;
- инвестиционная стадия – проектирование, заключение договора или контракта, подряда на строительство;
- эксплуатационная стадия – стадия хозяйственной деятельности предприятия (объекта).

На каждой стадии присутствуют все функции управления (анализ, планирование, организация, контроль), но конкретное содержание этих функций меняется. Функционально-динамический аспект управления инвестиционным проектом представлен в табл. 3.1.

На прединвестиционной стадии проекта изучаются возможности будущего объекта проектирования, предприятие (фирма-инвестор, организатор проекта) принимает предварительное решение об инвестициях и выбирает (назначает) руководителя (управляющего, директора строящегося объекта). Изучение различных вариантов осуществления проекта, его технико-экономическое обоснование и оценка эффективности могут выполняться как собственными силами предприятия, так и специализированными учреждениями, например проектными, архитектурными, строительно-консультационными и др.

Затраты на выполнение прединвестиционной стадии проекта в индустриально развитых странах составляют примерно 1,5-5,5% от стоимости проекта, в том числе: на формирование инвестиционных возможностей (замысла, идеи проекта) – 0,2-1%, на обоснование инвестиций – 0,25-1,5%, на технико-экономические исследования – 1-3% [3].

Принятие окончательного решения об инвестировании возможно только после выполнения технико-экономического обоснования, но это длительный и дорогостоящий процесс. Поэтому, прежде чем вкладывать

крупные средства в проект, следует провести маркетинговые исследования инвестиционного проекта и оценить его идею с помощью предварительного обоснования (ПТЭО). Цель предварительного ТЭО – определение альтернативных проектов, проверка возможности их осуществимости, проведение лабораторных и опытно-промышленных испытаний, а также глубокое изучение и анализ рынка, что и является функциональной сферой деятельности в системе маркетинга проекта.

Таблица 3.1 – Функционально-динамический аспект управления инвестиционным проектом

Стадия ЖЦП	Функция управления	Вид работ по управлению
Прединвестиционная	Анализ	Маркетинговые исследования; анализ целесообразности реализации проекта; сравнительный анализ всех возможных источников инвестиций и выбор оптимального источника; сравнительный анализ возможных вариантов территориального размещения объекта; выбор проектировщика
	Планирование	Разработка схемы финансирования капитальных вложений; разработка бизнес-плана; разработка задания на проектирование
	Организация	Заключение необходимых договоров между субъектами инвестиционной деятельности; проведение конкурса на выполнение проектных работ; заключение контракта с проектировщиком
Инвестиционная	Анализ	Оперативный анализ текущей ситуации
	Планиро-вание	Планирование производства; планирование приобретения имущества; планирование набора персонала и его обучения
	Органи-зация	Практические действия по организации проектирования, строительства и запуска производства
	Контроль	Контроль за ходом работ по проектированию, строительству и запуску производства; контроль движения финансовых потоков
Эксплуатационная	Анализ	Анализ показателей эффективности работы предприятия; анализ финансового состояния предприятия; анализ ситуации на рынке выпускаемой продукции
	Планирование	Планирование производства; планирование сбытовой политики; планирование материально-технического снабжения и т.п.
	Организация	Практические действия по реализации составленных планов
	Контроль	Контроль результатов выполнения планов

Идея проекта для инвестора должна быть определена либо как достаточно привлекательная, либо как нежизнеспособная.

Маркетинг проекта можно рассматривать в двух аспектах. Первый аспект раскрывает внутреннее содержание маркетинга проекта и представляет собой структуру маркетинговой деятельности безотносительно временной протяженности проекта. Этот аспект подчеркивает, что на любом этапе жизненного цикла проекта маркетинг присутствует во всей полноте, не меняя своего внутреннего содержания. Второй аспект отражает место маркетинга в проекте с точки зрения временной структуры проекта, т. е. его жизненного цикла. Несмотря на то, что маркетинговые мероприятия присутствуют на каждом этапе проекта, значение, объемы и содержание работ на разных фазах проекта различны.

Условно первый аспект можно определить как вертикальную структуру маркетинга проекта, а второй – горизонтальную структуру маркетинга.

Традиционно всю совокупность маркетинга проекта можно разделить на шесть составляющих: маркетинговые исследования; разработка стратегии маркетинга; формирование концепции маркетинга; программа маркетинга проекта; бюджет маркетинга проекта; реализация мероприятий по маркетингу проекта.

Под маркетинговыми исследованиями понимается деятельность по поиску, сбору и предварительной аналитической обработке информации, имеющей значимость для рыночной успешности проекта.

Процесс проведения маркетинговых исследований начинается с определения потребностей и завершается подготовкой и презентацией заключительного отчета [4].

Процесс маркетингового исследования состоит из следующих этапов:

- определение проблемы;
- определение потребности в товаре, услуге;

- определение потребности в товаре, услуге;
- формулировка целей маркетингового исследования;
- выбор методов проведения маркетингового исследования;
- определение типов и источников информации;
- выбор метода сбора данных;
- разработка формы для сбора данных;
- сбор данных;
- анализ данных;
- подготовка и презентация заключительного отчета.

Наибольший объем исследований осуществляется на предынвестиционной фазе проекта. На инвестиционной фазе исследования имеют существенно меньшие значения и объем выполняемых работ. В период эксплуатации эти показатели несколько увеличиваются, что связано с необходимостью более внимательного мониторинга рынка для принятия адекватных решений по управлению проектом и его продукцией.

Разработка стратегии, концепции и программы маркетинга проекта имеют своим центром тяжести предынвестиционную фазу проекта, после чего деятельность в этих направлениях существенно уменьшается в объеме, но для каждой составляющей маркетинга в разной мере.

Разработка бюджета маркетинга проекта происходит на предынвестиционной фазе проекта, но на фазе инвестиций бюджет обычно подвергается существенному видоизменению, связанному с реализацией схем финансирования. Управление бюджетом маркетинга осуществляется в рамках общей функции управления стоимостью проекта, которая является сквозной, но на фазе эксплуатации на первый план выходят только операции по контролю соблюдения бюджета.

Реализация маркетинга осуществляется на фазе инвестиций и на фазе эксплуатации вплоть до самого завершения проекта. В некоторых случаях

мероприятия по маркетингу могут реализовываться и после того, как основная деятельность по проекту уже окончилась.

Маркетинговые исследования – базовая деятельность, обеспечивающая все дальнейшие мероприятия по маркетингу необходимой информацией. В структуре маркетинговых исследований можно выделить три принципиальных блока, которые, в свою очередь, также состоят из конкретных работ: организация исследований; внешний анализ; внутренний анализ. Основные модели маркетингового анализа с учетом рекомендаций [5, 6] приведены в табл. 3.2.

Таблица 3.2 – Основные модели анализа

Модель анализа	Характеристика модели
1	2
SNW-анализ	SNW-анализ – это анализ сильных, нейтральных и слабых сторон организации. Как показала практика, в ситуации стратегического анализа внутренней среды организации в качестве нейтральной позиции лучше всего фиксировать среднерыночное состояние для данной конкретной ситуации.
SWOT-анализ	SWOT-анализ – это анализ сильных и слабых сторон проекта, оценка возможностей реализации проекта в установленные сроки и оценка возможных угроз со стороны внешней среды для реализации проекта в установленные сроки. Под SWOT-анализом понимаются исследования, направленные на определение и оценку сильных и слабых сторон проекта, оценку его возможностей и потенциальных угроз. Возможности определяются как нечто, дающее проекту шанс сделать что-то новое: выпустить новый продукт, завоевать новых клиентов, внедрить новую технологию, перестроить бизнес-процессы; угроза – то, что может нанести ущерб проекту, лишить его существующих преимуществ: появление новых конкурентов, появление товаров-заменителей.
PEST-анализ	PEST-анализ (иногда обозначают как STEP) – это маркетинговый инструмент, предназначенный для выявления политических (Political), экономических (Economic), социальных (Social) и технологических (Technological) аспектов внешней среды, которые влияют на бизнес компании. Анализ выполняется по схеме «фактор – предприятие». Результаты анализа оформляются в виде матрицы, подлежащим которой являются факторы макросреды, сказуемым – сила их влияния, оцениваемая в баллах, рангах и других единицах измерения. Результаты PEST-анализа позволяют оценить внешнюю экономическую ситуацию, складывающуюся в сфере производства и коммерческой деятельности.

Окончание таблицы 3.2

1	2
GAP-анализ	Гар-анализ – метод анализа первичной информации, изучает стратегическое различие между желаемым – чего предприятие хочет достичь в своем развитии – и реальным – чего фактически может достичь предприятие, не меняя свою нынешнюю политику. GAP-анализ – «организованная атака на разрыв» между желаемой и реальной действительностью предприятия. GAP-анализ позволяет на основе исследования фактических и потенциальных потоков прибыли от производства и реализации различных видов продукции, выделить пробелы рынка (gar на английском языке), которые можно заполнить новой продукцией.
PORTFOLIO-анализ	PORTFOLIO-анализ (портфельный анализ) – это инструмент, с помощью которого предприятие оценивает свою хозяйственную деятельность с целью вложения средств в наиболее прибыльные и перспективные направления и прекращения или сокращения инвестиций в неэффективные проекты. Таким образом он обеспечивает ясное представление о затратах и прибыли диверсифицированной фирмы. Основным приемом портфельного анализа является построение двумерных матриц, с помощью которых бизнес-единицы или отдельные продукты сравниваются между собой по таким критериям, как темпы роста продаж, стадия жизненного цикла, доля рынка. Разнятся методики наборами переменных, однако в любом случае это двухмерные матрицы, в которых по одной оси фиксируются значения внутренних возможностей фирмы, по другой – внешние факторы. Портфельный анализ позволяет решить следующие задачи: согласование бизнес-стратегий разных производственных подразделений предприятия, обеспечивающее при этом равновесие в их развитии; распределение ресурсов между подразделениями; анализ портфельного баланса; обоснование направлений реструктуризации предприятия (слияние, ликвидация, поглощение)

На протяжении всего жизненного цикла проекта происходит корректировка и исправление стратегии, концепции и программы [7]. При этом большим изменениям подвергается, как правило, более оперативный и конкретный слой маркетинга. Корректировка программы производится чаще, чем корректировка концепции маркетинга. Изменения же стратегии в ходе реализации проекта обычно менее существенны, нежели изменение концепции маркетинга.

3.1.2. Оценка инновационно-инвестиционной привлекательности предприятий

Важной предпосылкой социально-экономического прогресса Украины и конкурентоспособности на мировом рынке является устойчивое развитие отечественных товаропроизводителей и, в частности, предприятий машиностроительного комплекса.

Обеспечение высокого уровня их конкурентоспособности на внутренних и внешних рынках сбыта возможно при условии эффективного реагирования на технологические изменения, внедрение новой техники и технологий энергосбережения, производства высококачественной и безопасной продукции, что требует активизации инновационно-инвестиционной деятельности предприятий.

Формирование инновационных возможностей и их использование при составлении стратегических планов развития предприятий базируются на внедрении соответствующих мощных мероприятий, что требует эффективного инвестирования из разных источников.

Сегодня функционирование многих отечественных предприятий-товаропроизводителей в стране происходит при условии ощущения острой нехватки инвестиционных ресурсов. Это обуславливает необходимость повышенного внимания по поиску дополнительных источников финансирования программ инвестирования на промышленных предприятиях, что требует взвешенной оценки инвестиционной привлекательности каждого предприятия как возможного объекта для вложения средств потенциальных инвесторов с целью получения весомых аргументов в его пользу.

Можно считать, что степень инвестиционной привлекательности предприятия является индикатором, в соответствии со значениями которого потенциальные инвесторы могут принимать соответствующие инвестиционные решения о необходимости и целесообразности вложения

финансовых средств в развитие конкретного предприятия машиностроительного комплекса.

Однако, следует отметить, что не существует единого мнения о научно-методическом обеспечении определения показателя инновационно-инвестиционной привлекательности предприятия, формализации самой задачи его оценки.

В современной практике хозяйствования используется многоаспектный подход к анализу и оценке именно инвестиционной привлекательности предприятия. По результатам анализа литературных источников по проблеме научно-методического обеспечения оценки инвестиционной привлекательности субъектов хозяйствования было выявлено, что среди достижений современной науки в указанном направлении нужно выделить труды таких ученых, как И. А. Бланк [8], А. С. Бурковець [9], Я. М. Деренська [10], Н. П. Жидкова [11], А. П. Коюда [12], Н. Макарий [13], А. В. Мешков [14], К. П. Покатаев [15], А. А. Седеков [16], Ю. В. Федорова [17], С. В. Юхимушка [18] и многие другие.

Было выяснено, что существуют два основных направления оценки инвестиционной привлекательности предприятий по интегральному показателю: а) на основе использования взвешенных статических значений определенной совокупности финансовых показателей [8, 10, 12, 18]; б) на принципах комплексности и системности относительно исследования функционирования субъектов хозяйствования, не ограничиваясь анализом только финансовой сферы [11, 17, 19, 20].

Проведенный анализ методических подходов и соответствующих математических моделей, используемых для выполнения определенных расчетов с целью определения интегрального показателя [8–28], показал, что они не лишены отдельных недостатков методического плана. Это касается таких замечаний: для расчетов применяются только финансовые показатели предприятия; используются статические, а не темповые начальные

показатели; не учитываются зачастую специфические для отрасли показатели, которые формируют интегральный показатель инновационно-инвестиционной привлекательности предприятия.

Это свидетельствует о необходимости дальнейшего их совершенствования как с позиций сочетания положительных сторон каждого из них, так и с позиций удовлетворения требования использования минимального объема общедоступной информации.

На сегодня актуальным остается вопрос разработки научно-методического обеспечения процесса оценки инновационно-инвестиционной привлекательности предприятий, согласно которому интегральная оценка искомого показателя была бы получена на основе достаточной совокупности темповых показателей, характеризующих производственную деятельность предприятий и учитывающих их отраслевую специфику. Поэтому разработка научно-методического инструментария по оценке инновационно-инвестиционной привлекательности промышленных предприятий страны очень важна.

Развитие машиностроительной отрасли имеет значительные перспективы как с точки зрения обеспечения внутренних потребностей, так и возможностей расширения присутствия на внешних рынках.

Однако, устойчивому развитию предприятий промышленного комплекса Украины мешает негативное влияние определенной совокупности факторов, среди которых, по мнению специалистов, прежде всего, можно выделить недостаточность собственных инвестиционных ресурсов и низкую инновационную активность предприятий [29]. Поэтому в настоящее время для предприятий отрасли актуализируется проблема привлечения средств инвесторов, решение которой становится насущной и важной задачей сегодняшнего дня.

Следует отметить, что средства вкладываются там, где существуют более благоприятные условия инвестирования. Поскольку идеальных

условий в реальной практике не бывает, такие решения принимаются, как правило, путем выбора более приемлемых вариантов среди совокупности возможных. В соответствии с этим в работе на рис. 3.2 предлагается общая схема процедуры поиска, выбора и принятия инвестиционных решений по выбору наиболее инновационно-инвестиционных привлекательных промышленных предприятий страны, разработанная с учетом рекомендаций [25].

Данная схема представляет собой упорядоченный перечень этапов принятия инвесторами решения по выбору наиболее привлекательного объекта инвестирования.

Такую процедуру поиска решений для группы так называемых пассивных инвесторов (с неопределенными заранее целями) можно считать наиболее приемлемой по следующим причинам:

а) потенциальному инвестору с разноплановыми интересами и возможностями предлагается последовательный алгоритм действий по оценке привлекательности предприятий – объектов инвестирования на каждом уровне: страны, отрасли, региона, отдельного товаропроизводителя;

б) для каждого промышленного предприятия, которое требует дополнительного инвестирования за счет привлечения средств инвесторов, открывается реальная возможность заранее оценить уровень своей инновационно-инвестиционной привлекательности по сравнению с конкурирующими предприятиями и, при необходимости, искать другие дополнительные, значимые для инвесторов аргументы в свою пользу.

В условиях ограниченности ресурсов и острой конкуренции между предприятиями промышленного комплекса за получение более качественных и дешевых ресурсов, в том числе и финансовых, на первый план выходит вопрос о создании у инвесторов представления о предприятии, как привлекательного объекта инвестирования. Это активизирует решение проблемы определения инновационно-инвестиционной привлекательности

предприятий потому, что потенциальных инвесторов необходимо убедить в целесообразности вложений с помощью расчета конкретных показателей.

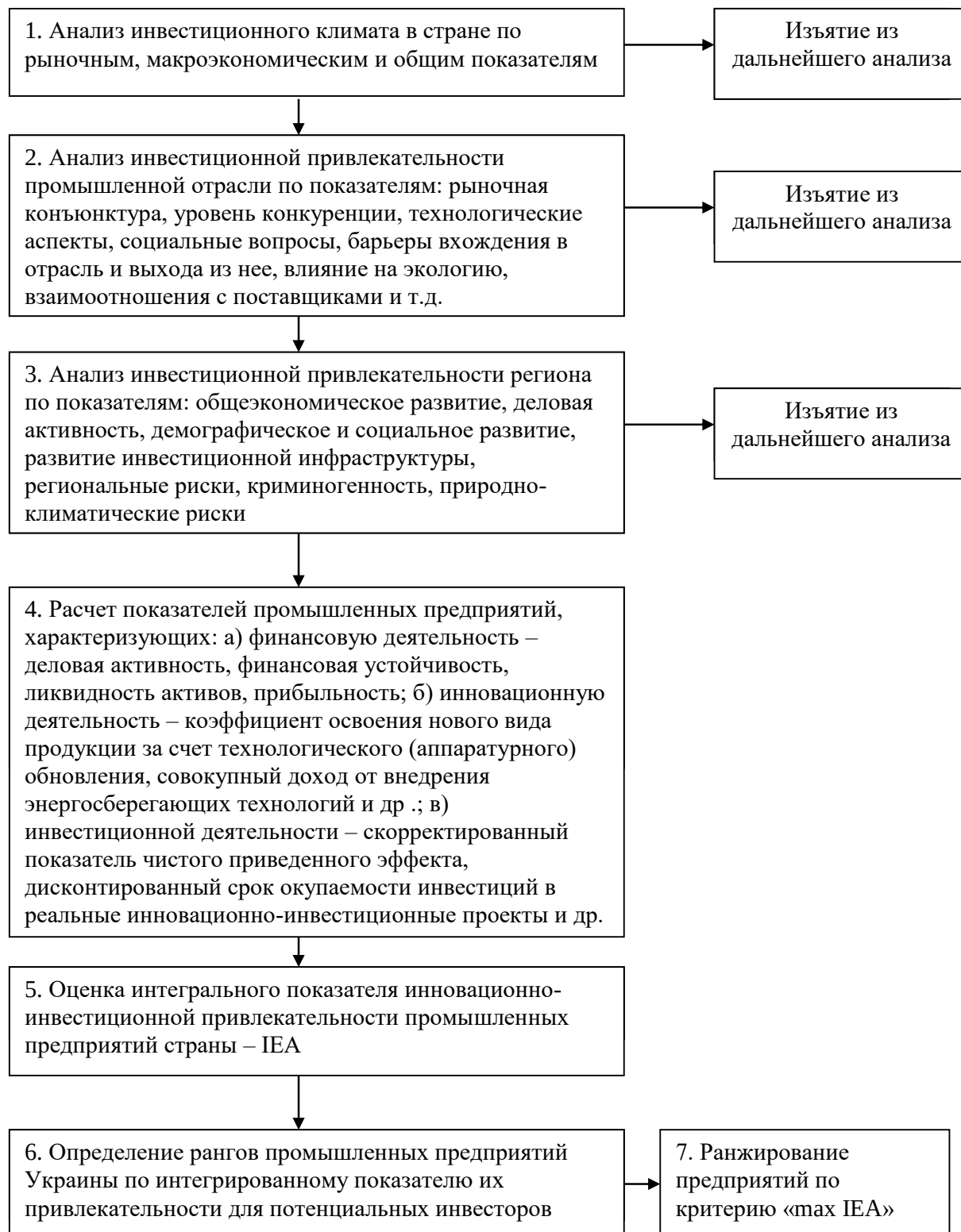


Рисунок 3.2 – Общая схема оценки инновационно-инвестиционной привлекательности промышленных предприятий

Источник: авторская разработка

По этим причинам на первый план выступает формализация постановки указанной выше задачи. С этой целью в работе была синтезирована авторская экономико-математическая модель оценки инновационно-инвестиционной привлекательности промышленных предприятий с учетом их отраслевой принадлежности.

Предложено использовать жестко детерминированную смешанную модель факторного анализа, которая имеет такой авторский вид:

$$I_{\text{инн}} = \alpha \cdot I_{\text{ф}} + \beta \cdot I_{\text{и}} + \gamma \cdot I_{\text{и}}, \quad (3.1)$$

где $I_{\text{инн}}$ – интегральный показатель инновационно-инвестиционной привлекательности промышленного предприятия; $I_{\text{ф}}$ – интегральный показатель финансовой привлекательности предприятия; $I_{\text{и}}$ – интегральный показатель инновационной привлекательности предприятия; $I_{\text{и}}$ – интегральный показатель инвестиционной привлекательности предприятия; $\alpha; \beta; \gamma$ – экспертные оценки рангов значимости интегральных показателей финансовой, инновационной и инвестиционной привлекательности предприятия соответственно; $\alpha + \beta + \gamma = 1$.

Интегральный показатель финансовой привлекательности предприятия, как первую составляющую интегрального показателя инновационно-инвестиционной привлекательности предприятия промышленного комплекса в целом, предлагается рассчитывать по следующей авторской формуле:

$$I_{\text{ф}} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \left(\frac{\Delta K_i}{K_i} \right) + \frac{1}{m} \sum_{j=1}^m \left(\frac{\Delta K_j}{K_j} \right), \quad (3.2)$$

где $\Delta K_i, \Delta K_j$ – абсолютное отклонение значений i -ых финансовых показателей-стимуляторов и j -ых финансовых показателей-дестимуляторов

(см (а), блок 4, рис. 3.2); $i = (\overline{1, l})$; $j = (\overline{1, m})$; l – количество финансовых показателей-стимуляторов, которые оцениваются; m – количество финансовых показателей-дестимуляторов оцениваемых товаров; n – общее количество оценочных локальных финансовых показателей; $n = l + m$;

$$\Delta K_i = K_i^t - K_i^{t-1}, \quad (3.3)$$

где K_i^t, K_i^{t-1} – значение i -го локального финансового показателя-стимулятора за t -ый и $(t-1)$ -й периоды времени соответственно;

$$\Delta K_j = K_j^t - K_j^{t-1}, \quad (3.4)$$

где K_j^t, K_j^{t-1} – значение j -го локального финансового показателя-дестимулятора за t -ый и $(t-1)$ -й период времени соответственно; γ_i, γ_j – экспертные оценки рангов значимости i -го и j -го финансовых показателей соответственно; $\gamma_i + \gamma_j = 1$.

Интегральный показатель инновационной привлекательности предприятия, как вторую составляющую искомого интегрального показателя, предлагается рассчитывать по следующей авторской формуле:



$$\dots \quad (3.5)$$

где $\Delta K_r, \Delta K_v$ – абсолютное отклонение значений r -ых инновационных показателей стимуляторов и v -ых инновационных показателей дестимуляторов (см (б), блок 4, рис. 1); $r = (\overline{1, b})$; $v = (\overline{1, w})$; b – количество оценочных инновационных показателей-стимуляторов; w – количество

инновационных показателей-дестимуляторов оцениваемых товаров; f – общее количество оценочных локальных инновационных показателей; $f = b + w$;

$$\Delta K_r = K_r^t - K_r^{t-1}, \quad (3.6)$$

где K_r^t, K_r^{t-1} – значение r -го локального инновационного показателя-стимулятора за t -ый и $(t-1)$ -й периоды времени соответственно;

$$\Delta K_v = K_v^t - K_v^{t-1}, \quad (3.7)$$

где K_v^t, K_v^{t-1} – значение v -го локального инновационного показателя-дестимулятора за t -ый и $(t-1)$ -й периоды времени соответственно; γ_r, γ_v – экспертные оценки рангов значимости r -го и v -го инновационных показателей соответственно; $\gamma_r + \gamma_v = 1$.

Интегральный показатель инвестиционной привлекательности предприятия, как третью составляющую искомого интегрального показателя, предлагается рассчитывать по следующей авторской формуле:

$$I = \sqrt{\frac{1}{s} \left(\sum_{r=1}^q \Delta K_r + \sum_{v=1}^d \Delta K_v \right)}, \quad (3.8)$$

где $\Delta K_q, \Delta K_d$ – абсолютное отклонение значений q -ых инвестиционных показателей-стимуляторов и d -ых инвестиционных показателей-дестимуляторов (см (в), блок 4, рис. 1); $q = (\overline{1, p})$; $d = (\overline{1, g})$; q – количество оценочных инвестиционных показателей-стимуляторов; d – количество инвестиционных показателей-дестимуляторов оцениваемых товаров; s – общее количество оценочных инвестиционных показателей; $s = p + g$;

$$\Delta K_q^t = K_q^t - K_q^{t-1}, \quad (3.9)$$

где K_q^t, K_q^{t-1} – значение q -го локального инвестиционного показателя-стимулятора за t -ый и $(t-1)$ -й периоды времени соответственно; K_d^t, K_d^{t-1} – значение d -го локального инвестиционного показателя-дестимулятора за t -ый и $(t-1)$ -й периоды времени соответственно; γ_q, γ_d – экспертные оценки рангов значимости q -го и d -го инвестиционных показателей соответственно; $\gamma_q + \gamma_d = 1$.

Процесс оценки инновационно-инвестиционной привлекательности предприятий промышленного комплекса выполняет своеобразную важную связующую функцию между процессом анализа потенциальными инвесторами определенной совокупности показателей деятельности предприятий для определения возможностей и целесообразности их инвестирования и завершающим этапом процесса принятия решений по вложению средств в конкретно выбранный объект – предприятие [29, 30]. Такой подход обеспечивает инвесторов необходимой информацией в форме интегральных характеристик исследуемых промышленных предприятий, как объектов перспективного инвестирования с позиций устойчивого их развития, эффективности использования ресурсов, инновационной активности, ликвидности и других показателей.

Таким образом, предложен подход по научно-методическому обеспечению процедуры оценки инновационно-инвестиционной привлекательности промышленных предприятий страны. Это позволит инвесторам принимать инвестиционные решения с учетом результатов анализа инвестиционной привлекательности страны, отрасли, региона, отдельных предприятий в соответствии с разработанной схемой и авторских математических моделей.

Использование данной разработки обеспечивает повышение уровня обоснованности стратегического размещения как зарубежными, так и

отечественными инвесторами на длительный срок инвестиционных ресурсов в развитие промышленных предприятий страны. Все это в комплексе будет способствовать стабилизации и дальнейшему развитию отечественной промышленности и повышению экспортного потенциала.

3.1.3. Оценка рыночной привлекательности продукции промышленного предприятия

На сегодняшний день одним из наиболее перспективных направлений развития отечественных промышленных предприятий является такое, которое базируется на производстве и продвижении на рынок новых товаров. В то же время инновации характеризуются высоким уровнем риска. Поэтому важной проблемой является выбор для производства таких товаров, имеющих высокую потребительскую привлекательность, в наибольшей степени отвечают запросам потребителей, и поэтому обеспечивают товаропроизводителю прибыль. По результатам анализа специальной литературы было установлено, что согласно мнению таких ученых, как Д. А. Барабас, А. В. Войчак., С. С. Горковенко, П. С. Завьялов, Н. И. Караван, Ф. Котлер, Д. В. Райко, А. С. Телетов и др., к основным параметрам привлекательности продукции на рынке следует отнести: уровень качества продукции; стабильность продукции; социальная адресность; достоверность; безопасность; потребительская новизна продукции; имидж продукции; информативность продукции; цена потребления товара, уровень диверсификации продукции [31-40].

В маркетинговой деятельности современного предприятия-товаропроизводителя решение проблемы формирования конкурентных преимуществ связано с планированием и осуществлением совокупности мероприятий и стратегий по созданию таких характеристик продукции,

которые делают ее постоянно ценной для потребителей и тем самым удовлетворяют те или иные их потребности, обеспечивая при этом соответствующую прибыль предприятия. Поэтому проведение оценки привлекательности продукции является важным этапом для создания конкурентных предпочтений предприятия.

Математическая модель оценки привлекательности продукции на рынке возможна с использованием совокупности формул для расчета соответствующих показателей по рассматриваемому направлению деятельности предприятия.

Потребительская привлекательность продукции является важной характеристикой для потребителя и производителя. Для потребителя – при принятии решения о приобретении и использовании продукции, для производителя – при принятии решения о его производстве. В данном подходе целесообразно использование такой модели решения поставленной задачи:

$$PAI_j = \sum_{i=1}^n ACE_{ij} \cdot PS_i, \quad (3.10)$$

$$\sum_{s=1}^n PS_s = 1, \quad (3.11)$$

где PAI_j – интегральный показатель привлекательности продукции j -го предприятия; ACE_{ij} – усредненная потребительская оценка i -го параметра j -го предприятия; PS_i – значимость i -го оценочного параметра.

Процедура решения задачи интегральной оценки привлекательности продукции на потребительском рынке состоит из следующих этапов: формирование группы экспертов; определение составляющих показателя привлекательности продукции; расчет необходимых оценочных показателей; расчет интегрального (совокупного) показателя привлекательности продукции для потребителей.

Применение экспертных оценок при определении значимости выбранных параметров привлекательности в их общем воздействии на уровень привлекательности продукции на потребительском рынке заключается в определении рангов параметров (PS_i). Для их расчета предлагается использовать метод анализа иерархий Т. Саати, что является систематической процедурой для иерархического представления элементов, определяющих суть проблемы [41]. Для определения относительной важности параметров привлекательности продукции нужно определить собственные векторы, а затем нормализовать их к единице, получая тем самым вектор приоритета. Полученные результаты необходимо подставить в формулу (3.10) для расчета численного значения искомого интегрального показателя – критерия оценки привлекательности продукции на потребительском рынке.

Применение данной методики позволит в полной мере оценить привлекательность продукции на потребительском рынке, так как ее отличительным признаком является применение комбинированного подхода к проведению расчетов, а именно, применение экспертных методов расчетов усредненных потребительских оценок. Результат расчета необходимо проинтерпретировать по ниже приведенной шкале (табл. 3.3).

Таблица 3.3 – Шкала оценки уровня привлекательности продукции

Значение интегрального показателя привлекательности продукции	Интерпретация результата
0–20	Зона сверхнизкой привлекательности
20–50	Зона низкой потребительской привлекательности
50–80	Зона средней потребительской привлекательности
80–90	Зона высокой потребительской привлекательности
90–100	Зона сверхвысокой потребительской привлекательности

По полученным результатам расчетов проводится анализ по отношению значения показателя привлекательности продукции к конкретному диапазону значений и делаются соответствующие выводы.

Входной информацией для решения поставленной задачи выступают усредненные потребительские оценки, полученные в результате проведения анкетирования потребителей, и мнения группы экспертов, которые были сформированы во время проведения исследования.

Для решения данной задачи было использовано программное обеспечение MS Excel, который позволяет оперативно проводить математические расчеты. Процесс реализации нуждается в: сборе необходимой информации о потребительских оценках; формировании матрицы попарных сравнений (табл. 3.4); определении значимости параметров на основе нахождения вектора приоритетов [11]; расчете интегрального показателя привлекательности продукции предприятия.

Таблица 3.4 – Матрица попарных сравнений

Параметр привлекательности	1	2	3	4	5	6	7	8	Собственный вектор	Вектор приоритетов
1	1	1/4	3	1/5	2	4	1/5	1/4	0,98	0,09
2	4	1	1/3	4	3	4	3	2	2,03	0,19
3	1/3	3	1	5	1/2	5	2	4	1,78	0,17
4	5	1/4	1/5	1	5	1/5	1/3	1/2	0,90	0,08
5	1/2	1/3	2	1/5	1	1/2	1/3	2	0,89	0,08
6	1/4	1/4	1/5	5	2	1	4	3	1,82	0,17
7	5	1/3	1/2	3	3	1/4	1	5	1,37	0,13
8	4	1/2	1/4	2	1/2	1/3	1/5	1	0,93	0,09

Численное значение интегрального показателя привлекательности продукции предприятия на потребительском рынке в соответствии с формулой (3.10) рассчитывается путем умножения усредненной потребительской оценки на значимость соответствующего параметра с последующим суммированием рассчитанных мультипликаторов, а именно:

$$I_{\text{привл}} = \sum_{i=1}^n \frac{O_i}{\sum_{j=1}^n O_j} \cdot \frac{P_i}{\sum_{k=1}^n P_k}$$

В соответствии со шкалой оценки уровня привлекательности продукции (табл. 3.3) можно констатировать, что продукция предприятия

относится к зоне высокой потребительской привлекательности, однако занимает ее нижнюю предельную границу.

Таким образом, по результатам проведенного исследования специальной профессиональной литературы и апробации предложенного научно-методического подхода по данным конкретного промышленного предприятия можно сделать следующие выводы:

- применение предложенной методики позволит в полной мере оценить привлекательность продукции предприятия на потребительском рынке;
- с целью принятия решения по укреплению рыночной позиции предприятия на конкретном рынке сбыта за счет повышения уровня привлекательности продукции для действующих и потенциальных потребителей необходимо уделить внимание отдельным параметрам оценки привлекательности, а именно: потребительской новизне продукции и информативности о продукции, что даст возможность более адекватного восприятия продукции потребителями.

3.2. Оценка уровня конкурентоспособности товара на этапах его жизненного цикла

В рыночных условиях хозяйствования и интеграции промышленности Украины в мировое экономическое сообщество усиливается актуальность и возрастает значимость решения проблемы обеспечения конкурентоспособности производимой отечественными товаропроизводителями продукции, одной из составляющих которой является научно-методическое обеспечение процесса оценки достигнутого уровня конкурентоспособности и при необходимости – разработка соответствующих регулирующих воздействий. Сегодня термин «конкурентоспособность» стал основным в определении имиджа

предприятий и эффективности их деятельности. Конкурентоспособность предприятия определяется конкурентоспособностью производимых ею товаров. Это сложное свойство характеризует привлекательность товара для потребителя (покупателя, заказчика) и доходность для производителя (поставщика, продавца) [42, с. 93]. В современной ситуации обострения конкуренции каждый товаропроизводитель должен исследовать конъюнктуру рынка с целью обеспечения себе ключевых факторов успеха – долгосрочных конкурентных преимуществ. Ключевыми факторами успеха считаются только те, которые вытекают из рыночных требований, предоставляющих предприятию существенные преимущества перед конкурентами [42, с. 174] в течении длительного периода времени. Ключевые факторы успеха деятельности предприятия могут быть выявлены только в процессе сравнения своего товара с продукцией конкурентов. Каждое предприятие должно постоянно решать задачу повышения конкурентоспособности своей продукции, что обеспечивает КСП в целом. Конкурентоспособность товара является важной рыночной категорией, отражающей такую существенную характеристику современного рынка, как конкуренция. Показатель КСТ характеризуется динамичностью и изменчивостью, что является проявлением реакции на действия конкурентов, колебания рынка, маркетинговую «поддержку» товара и другие способы адаптации комплекса маркетинга предприятия к изменениям его бизнес-среды.

Конкурентоспособность представляет собой интегральную характеристику товара, которая определяет его отличные рыночные преимущества по сравнению с аналогичными товарами по степени удовлетворения потребностей и связанных с этим расходов. В условиях широкого предложения конкурирующих товаров успешность сбыта товара на конкретном рынке зависит, прежде всего, от предпочтений его потребительских и стоимостных характеристик (параметров). Анализ уровня

КСТ позволяет использовать возможность оперативного принятия решений по совершенствованию и/или развитию тех его атрибутов, которые предоставляют доминирующее влияние на процесс формирования покупательских предпочтений. Это предъявляет повышенные требования к выбору методики оценки КСТ на всех этапах его жизненного цикла.

Одним из основных условий или гарантий обеспечения КСП является выпуск конкурентоспособной продукции. Начиная со стадии проектирования на протяжении всего жизненного цикла товара каждое предприятие должно постоянно решать проблему повышения уровня конкурентоспособности своей продукции, что требует соответствующего научно-методического обеспечения. Конкурентоспособность является важнейшим критерием целесообразности деятельности предприятия, условием эффективного осуществления торговых операций, основой выбора средств и методов производственно-хозяйственной деятельности, залогом успеха рыночных отношений. В результате анализа литературных источников по проблеме исследования было установлено, что вопросы оценки КСТ привлекают внимание отечественных и зарубежных ученых. Методические подходы к оценке КСТ приведены в работах [34, 42–46], основное внимание в которых сфокусировано, прежде всего, на описании концептуальной модели конкурентоспособности и классификации показателей, используемых для ее оценки. Однако недостаточно внимания было уделено разработке методического обеспечения численной оценки КСТ в привязке к стадиям экономического цикла его жизни. Без этого невозможно поддерживать КСТ на должном уровне, поскольку отсутствие объективной оценки не позволяет определять его реальный уровень.

На основе анализа существующих методических подходов к оценке КСТ были разработаны научно-методические рекомендации относительно целевого характера их применения на каждой стадии жизненного цикла товара. Применение таких рекомендаций в практической деятельности

специалистов-маркетологов предоставит им возможность разрабатывать конкретные эффективные маркетинговые мероприятия, реализация которых на практике обеспечит предприятию коммерческий успех на рынках сбыта, достижение поставленных целей и оперативное решение тактических задач.

Для достижения цели исследования поставлены следующие задачи: обосновать необходимость оценки КСТ на всех стадиях экономического цикла жизни товара; провести анализ научно-методического обеспечения оценки КСТ; разработать концептуальный подход к формированию системы управления КСТ.

Моделирование процесса оценки уровня КСТ позволяет сопоставить возможные варианты решения данной задачи с целью выбора наиболее приемлемого в сложившихся условиях, что необходимо для осуществления эффективного управления конкурентоспособностью товара и его успешной реализации на конкретном рынке сбыта. Поэтому в рыночных условиях хозяйствования каждое предприятие - товаропроизводитель должно решать вопрос получения прибыли или достижения других целей с позиций обеспечения конкурентоспособности произведенной продукции [44, с. 85].

Учет факторов, влияющих на конкурентоспособность товара, и оценка показателей, определяющих его уровень, позволит каждому предприятию-товаропроизводителю реализовывать концепцию ориентации своей деятельности на потребителя в соответствии со стандартами ISO серии 9004. Из этого следует, что деятельность предприятия на любом этапе жизненного цикла его товара должна быть ориентирована на потребителя [43, с. 54]. Направлением реализации данной концепции является оценка КСТ в течении всего цикла жизни товара в условиях активизации рыночной деятельности имеет важное практическое значение.

Следует заметить, что в экономической науке существует два основных понятия: экономический цикл жизни продукта и более короткий жизненный цикл товара. Экономический цикл жизни состоит из

инновационной стадии создания и освоения производства нового продукта и стадии ее коммерческой реализации на рынке [47, с. 124]. Инновационная стадия, как известно, включает следующие этапы: поиск идей новых товаров – селекция идей – разработка концепций нового товара – анализ перспектив производства и сбыта новых товаров – разработка товаров – рыночное тестирование – развертывание коммерческого производства [45, 46, 48]. Методы поиска новых конкурентоспособных идей очень разнообразны. К ним относятся: целевые обсуждения, синектика, стоимостной и параметрический анализ, матричное структурирование, инвентаризация слабых мест, брейнсторминг (мозговая атака), обратный брейнсторминг, наблюдение, эксперимент, список атрибутов, а также методы – Гордона, опросника, записной книжки, свободных ассоциаций, поставленных связей, мечты о невозможном, эвристический. Краткая характеристика этих методов приведена в работе [49, с. 46-49]. На этапе селекции для выбора наиболее конкурентоспособной идеи рекомендуется применение методики расчета рейтинга идеи товара (R), в основу которой положено метод весовых коэффициентов ряда факторов (показателей), обеспечивающих в перспективе успешный запуск продукта в коммерческое производство [48, с. 394-395]. Критерием выбора наиболее конкурентоспособной идеи, на основе воплощения которой может быть организовано производство конкурентоспособного товара, с нашей точки зрения, является выполнение такого условия:

$$m \geq \frac{\sum_{i=1}^n R_{ij} \beta_{ij}}{\sum_{j=1}^n \beta_{ij}}, \quad (3.12)$$

где R_{ij} – рейтинг j -ой идеи нового товара по i -ому фактору;
 $i = \overline{1, n}, j = \overline{1, m}; t_{ij}$ – экспертная оценка i -го оцениваемого фактора по j -ой идее;
 $0 < t_{ij} \leq 10; n$ – количество факторов, подлежащих оценке; m – количество оцениваемых идей нового товара; β_{ij} – весовой коэффициент i -го фактора по j -ой идее;

$$\sum_{i=1}^n \beta_j = 1,0 \quad [50, \text{с. 121}].$$

На этапе анализа перспектив производства и сбыта нового товара оценить его конкурентоспособность рекомендуется на основе общей оценки вероятности успеха с помощью формулы:

$$m_{ij} = P_{oj} \cdot P_{Tj} \cdot P_{3j} \cdot P_{эj} \quad (3.13)$$

где P_{oj} – общая вероятность успеха j -го нового товара; P_{Tj} – вероятность технического завершения этапа разработки j -го товара; P_{3j} – вероятность запуска в коммерческое производство товара при условии технического завершения; $P_{эj}$ – вероятность экономического успеха j -го товара при его запуске в коммерческое производство [50, с. 394].

На инновационной стадии происходит не только выбор лучшей коммерческой идеи, но и ее воплощение в конкретные экспериментальные образцы, комплектующие изделия. Для выбора наиболее конкурентоспособного образца товара необходимо оценивать такие его параметры, как преимущество, выходные производственные расходы, потребительские ценности, уровень риска при организации коммерческого производства, расходы на проведение технических (технология, сырье, комплектующие и другие) и маркетинговых (прогнозирование рыночного спроса) исследований. Стадия коммерческой реализации наилучшего опытного образца товара по сути является циклом жизни продукта, который характеризует срок его существования на рынке. Основными стадиями (фазами, этапами) классического жизненного цикла товара (ЖЦТ) являются следующие: внедрение (выведение на рынок) – рост – зрелость – насыщение – спад [47, с. 125]. Каждая стадия жизненного цикла товара с учетом его специфики характеризуется особенностями: спроса с точки зрения восприятия товара потребителем, действий конкурентов, динамики темпов

роста прибыли, формирования окончательной цены, организации дистрибуции, разработки бюджета продвижения и установления его структуры. Особенности процесса диффузии товара на рынок зависят не только от поведения его потребителей, но и от принятия соответствующих стратегических и/или тактических решений на каждой стадии жизненного цикла товара.

Для оценки конкурентоспособности товара, обеспечения необходимого уровня его в привязке к стадиям жизненного цикла товара на конкретном рынке необходимо разработать соответствующую систему управления конкурентоспособностью, что включает следующие блоки: отбор атрибутов (параметров) оценки, выбор или разработка методики количественного измерения уровня конкурентоспособности товара, мониторинг, диагностика, управление изменениями. Реализация такого подхода требует прежде всего получения необходимой достоверной и адекватной информации, характеризующей полезный эффект исследуемого товара и его конкурентов за нормативный срок их службы, а также совокупные расходы в течении всего их жизненного цикла [43, с. 81]. Ответственным этапом является формирование набора оценочных показателей (параметров), характеризующих качество товара, расходы его эксплуатации. При этом необходимо иметь в виду, что различают следующие группы показателей: стандартизированные (определяются действующими стандартами, нормами, рекомендациями) и регламентированные (определяются техническими регламентами и соответствующими постановлениями) показатели; экономические показатели характеризуют стоимость и состоят из единовременных затрат на приобретение товара (уплаченная стоимость товара, расходы на транспортировку, монтаж, регулирование, адаптацию персонала и др) и текущих затрат на эксплуатацию товара (издержки обслуживания, ремонта и утилизации, расходы на энергоносители, оплата различных услуг); организационные показатели характеризуют условия

приобретения товара, к ним относятся комплектность поставки, ценовые скидки, условия оплаты и доставки, сроки и условия гарантии и др.

Важным этапом моделирования конкурентоспособности товара является методическое обеспечение процесса такой оценки. Возможно применение методик, в основе которых лежит сопоставление следующих показателей: потребительский эффект и цена потребления [34, с. 210-210]; потребительские свойства и полезность товаров в зависимости от их категории определяются рядом целей, характеризующих как функциональные свойства и надежность товара в потреблении, так и эстетические, экологические, эргономические, гигиенические свойства, экономический эффект и цена потребления [42, с. 93]; полезный эффект и затраты на приобретение и использование товара [52, с. 59]; суммарные параметрические индексы нового и гипотетического товара [53, с. 35]; качество товара и его цена [44, с. 81]; групповые технические показатели нового товара и его конкурента [45, с. 55]; полезный эффект товара (объекта) за нормативный срок его службы и совокупные расходы за тот же период времени [43, с. 82].

Оценить уровень конкурентоспособности товара (объекта), по которому сложно измерить его полезный эффект или совокупные затраты за весь жизненный цикл, возможно на основе его экспериментальной проверки в конкретных условиях применения, или по результатам пробных продаж, или путем применения экспертных и других методов [43, с. 81-82]. Так, например, для количественной оценки конкурентоспособности машин, оборудования возможно использование следующей формулы:

$$K_{ao} = \frac{E_{ao}}{E_{no}} \cdot K_1' \cdot K_2' \cdot K_n', \quad (3.14)$$

где K_{ao} – конкурентоспособность анализируемого образца объекта конкретного географического сегмента рынка; E_{ao} – эффективность

анализируемого объекта на конкретном сегменте рынка; E_{no} – эффективность лучшего объекта – конкурента; $K'_1 \cdot K'_2 \cdot \dots \cdot K'_n$ – корректирующие коэффициенты, учитывающие конкурентные преимущества [43, с. 82].

Общий показатель уровня конкурентоспособности производства предлагается рассчитывать по формуле:

$$K_B = J_m \cdot J_e, \quad (3.15)$$

где K_B – общий показатель конкурентоспособности производителя; J_m – индекс конкурентоспособности по товарной массе; J_e – индекс относительной эффективности.

Уровень конкурентоспособности техники в соответствии с предложениями [54] рекомендуется определять с использованием показателей, характеризующих идеальную цену потребления и уровень развития маркетинга.

Проведенными исследованиями установлено, что при оценке конкурентоспособности товара используются различные методические подходы, основанные на дифференциальном, комплексном или смешанном методах оценки [44, с. 83-85]. Применение комплексного метода, как наиболее распространенного, требует расчета интегрального показателя конкурентоспособности ($K_{инт}$) в соответствии с рекомендациями [53, с. 34-36] по формуле:

$$K_{инт} = \frac{I_H \cdot I_T}{I_E}, \quad (3.16)$$

где I_H – интегральный параметрический индекс по нормативным показателям; I_T – интегральный параметрический индекс по техническим («жестким» и «мягким») показателям; I_E – интегральный параметрический индекс по экономическим показателям.

Условием более высокого уровня конкурентоспособности товара предприятия по сравнению с конкурирующим является соблюдение неравенств $K_{\text{инт}} > 1$, в противном случае необходимо разработать комплекс маркетинговых мероприятий, реализация которых будет способствовать повышению степени привлекательности товара для потенциальных потребителей на каждой стадии его жизненного цикла. Для принятия решения о целесообразности вывода товара на рынок (первая стадия ЖЦТ) на основе расчетной оценки его конкурентоспособности можно воспользоваться такими рекомендациями:

при $K_{\text{инт}} \geq 1,6$ – очень перспективно;

$1,40 \leq K_{\text{инт}} \leq 1,59$ – перспективно;

$1,20 \leq K_{\text{инт}} \leq 1,39$ – мало перспективно;

$1,00 \leq K_{\text{инт}} \leq 1,19$ – не перспективно.

Таким образом, проведенный анализ научных публикаций по исследуемой проблеме позволили сделать ряд обобщений, а именно: конкуренция носит принципиальный характер, заставляя товаропроизводителей постоянно решать проблему обеспечения конкурентоспособности своих товаров; конкурентоспособность товара является решающим фактором коммерческого успеха предприятия на развитом конкурентном рынке; конкурентоспособность товара – это многоаспектное понятие, обозначающее соответствие товара условиям рынка, конкретным требованиям потребителей не только по своим качественным, техническим, экономическим, эстетическим характеристикам, но также по маркетинговым и коммерческим условиям его реализации (сервис, реклама, каналы сбыта, цена, сроки и условия поставки и др.); конкурентоспособность товара характеризует возможность коммерчески выгодного сбыта на конкурентном рынке, что определяется путем сравнения с товарами конкурентов, то есть конкурентоспособность – понятие относительное, четко привязанное к конкретному рынку и времени продажи; обеспечение КСТ на необходимом уровне предполагает необходимость ее количественной

оценки, требует определения перечня оценочных параметров: технических и экономических; при оценке уровня КСТ могут применяться дифференцированный, комплексный, смешанный, графоаналитический (упрощенный) методы; показатель КСТ определяется, в отличие от качества, совокупностью только тех конкретных свойств, которые представляют несомненный интерес для данного покупателя и обеспечивают удовлетворение данной потребности, а прочие характеристики во внимание не принимаются; изучение КСТ должно проводиться непрерывно и систематически на всех фазах жизненного цикла товара, поскольку любой товар после выхода на рынок начинает постепенно терять свой потенциал конкурентоспособности; процесс оценки конкурентоспособности новых товаров должен быть опережающим, а сама конкурентоспособность, как свойство товара, должна носить долгосрочный характер; при этом особое внимание должно уделять не столько улучшению технических параметров, сколько снижению цены потребления; перманентность и превентивность процесса обеспечения КСТ является философией работы предприятия в условиях конкурентного рынка, ориентированной на предложение потребителям более выгодного способа удовлетворения их потребностей.

На основе анализа полученной информации об уровне КСТ в случае необходимости принимаются соответствующие решения о внедрении комплекса мероприятий, направленных на повышение его уровня (при $K_{\text{инт}} < 1$) или на поддержание достигнутого уровня (при $K_{\text{инт}} > 1$). В первом случае усилия должны быть сфокусированы на повышение качества товара, улучшение технических параметров, снижение операционных расходов (издержек производства и сбыта), повышение экономичности товара и эффективности его послепродажного обслуживания. Во втором случае необходимо уделять повышенное внимание мониторингу комплекса маркетинга, внедрению мероприятий превентивной и активной его адаптации к меняющимся потребностям потребителей и нестабильной бизнес-среды.

Мировой опыт свидетельствует о том, что «повышение уровня конкурентоспособности развивается в направлении совершенствования полезных для потребителей свойств товаров и снижения эксплуатационных расходов» [46, с. 150]. Анализ КСТ обеспечивает возможность принимать соответствующие управленческие решения, в том числе маркетинговые, по совершенствованию и развитию тех параметров товара, непосредственно влияющих на процесс формирования покупательских предпочтений на конкретном рынке сбыта. Перспективным является нацеленность проведения научного поиска в направлении формирования мобильной системы управления конкурентоспособностью товара на каждой стадии его жизненного цикла и активной адаптации такой системы к меняющимся потребностям потребителей.

3.3. Выбор эффективных маркетинговых инновационно-инвестиционных проектов

В условиях рыночной экономики производственно-хозяйственная, коммерческая и социальная деятельность предприятий-товаропроизводителей преуспевает только при внедрении инноваций. В связи с этим особое внимание следует уделять инновационным процессам, без которых невозможно достичь заметных успехов в развитии экономики промышленных предприятий.

Сегодня топ-менеджеры предприятий рассматривают концепцию управления инновационным развитием через маркетинговую призму, так как именно маркетинг играет особую роль в процессе управления предприятием. Это проявляется как в создании рыночных возможностей предприятия и их эффективном использовании в соответствии с существующим инновационным потенциалом, так и в осуществлении управления

предприятием с использованием комплекса тактического инструментария маркетинга. Осознание этого факта позволяет рассматривать маркетинг инноваций как фактор развития промышленных предприятий и как средство обеспечения их конкурентоспособности в перспективе [55, 56]. Однако без формирования и реализации эффективной инновационной политики поддерживать высокий уровень конкурентоспособности промышленных предприятий невозможно.

Результатом инновационной деятельности является конкурентоспособный высокотехнологичный товар, который укрепляет рыночные позиции предприятия-товаропроизводителя. В процессе инновационного развития предприятия важное место занимает создание и использование новейших технологий, которые являются основным фактором повышения конкурентоспособности предприятия на рынках сбыта [57].

Для оперативного реагирования на стремительные изменения бизнес-среды, потребности рынка и максимального использования рыночных возможностей предприятиям машиностроения требуется постоянная работа в инновационной сфере деятельности, включая и отношения с окружающим миром. Залогом успешного решения этих все усложняющихся задач является инновационная маркетинговая деятельность, которая в современных условиях становится центром корпоративных стратегий. Постоянные изменения в бизнес-среде создают благоприятную почву для инноваций, поскольку появляются все новые возможности удовлетворения как новых, так и уже существующих потребностей потребителей [55, 56, 58, 59].

В результате анализа специальной литературы по проблеме маркетинга инноваций было установлено, что основными признаками маркетинговой инновационной деятельности машиностроительных предприятий являются следующие:

- нацеленность на достижение конечного практического бизнес-результата инновации;

- захват определенной доли рынка в соответствии с долгосрочной целью инновационного проекта;

- интеграция исследовательской, производственной и маркетинговой деятельности, практическая реализация которой является возможной в системе менеджмента предприятия;

- ориентация на долгосрочную перспективу, что требует пристального внимания к прогнозным исследованиям, разработки на их основе инноваций, обеспечивающих высокопроизводительную хозяйственную деятельность, применение взаимосвязанных и взаимосогласованных стратегии и тактики активного приспособления к требованиям потенциальных потребителей инноваций с одновременным целенаправленным воздействием на их интересы.

Под маркетинговыми инновациями понимают реализованные новые или значительно улучшенные маркетинговые методы, охватывающие существенные изменения в дизайне и упаковке продуктов, использование новых методов продаж и презентации продуктов (услуг), их представления и продвижения на рынки сбыта, формирование новых ценовых стратегий. Маркетинговые инновации направлены на более полное удовлетворение потребностей потребителей, расширение их перечня и качественного состава, открытие новых рынков сбыта с целью повышения объемов продаж и обеспечения эффективности маркетинговой деятельности промышленных предприятий в условиях нестабильной бизнес-среды [60].

Таким образом, необходимость реализации маркетингового подхода к инновационному развитию предприятий-товаропроизводителей связана с теми изменениями бизнес-среды, которые обуславливают появление новых возможностей удовлетворения уже существующих потребностей или появление новых потребностей потребителей на рынке.

Активизация инновационной деятельности на машиностроительных предприятиях на основе маркетинга требует внедрения инновационных

проектов. При этом следует заметить, что все инновационные проекты являются инвестиционными, поскольку без вложения средств реализовать проект невозможно. В связи с этим было введено авторское понятие «маркетинговый инновационно-инвестиционный проект», под которым, с нашей точки зрения, можно понимать любой комплекс обеспеченных инвестициями инновационных маркетинговых мероприятий.

Эффективность маркетингового инновационно-инвестиционного проекта оценивается с разных точек зрения. Исходя из особенностей инновации маркетинга, эффективность может рассматриваться как техническая, технологическая, экологическая, социальная, организационная. Важной составляющей процесса воплощения маркетинговых инновационных проектов в деятельность машиностроительных предприятий является оценка экономической эффективности. Поэтому приобретает актуальность выбор адекватных методов и соответствующих математических моделей такой оценки.

Теоретические и практические аспекты оценки экономической эффективности инновационно-инвестиционных проектов рассмотрены в трудах как зарубежных, так и отечественных ученых, таких, как: И. Р. Ахметзянов [61], В. Беренс [62], С. С. Гаркавенко [55], Т. Жовковська [56], С. М. Ілляшенко [60], В. В. Ковалев [63], В. О. Коюда [57], П. М. Коюда [64], Д. Ю. Крамской [65], В. Кузьменко [66], П. В. Нотовський [67], О. С. Телстов [33], П. Хавранек [62], І. А. Шейко [68], А. И. Яковлев [69], О. М. Ястремська [70] и др.

Проведенный анализ литературных источников по проблеме исследования позволил констатировать, что, как известно, можно выделить две группы показателей, используемых для оценки экономической эффективности проектов. Так, к показателям, основанным на дисконтированных оценках («динамические» методы), как известно, относятся следующие: чистый приведенный эффект NPV; индекс

рентабельности инвестиций PI; внутренняя норма прибыли IRR; модифицированная внутренняя норма прибыли MIRR; дисконтированный срок окупаемости инвестиций DPP. Показателями, основанными на учетных оценках («статические» методы), являются такие: срок окупаемости инвестиций PP; коэффициент эффективности инвестиций ARR.

Было установлено, что большинство ученых для оценки экономической эффективности проектов чаще всего предлагают использовать метод чистого приведенного эффекта, что вполне обоснованно [61, 64, 65, 67, 68, 71]. Однако следует заметить, что маркетинговый инновационно-инвестиционный проект характеризуется специфическими особенностями, связанными, прежде всего, с влиянием на успешность реализации инновации на рынке ряда дестабилизирующих факторов внутренней и внешней среды (например, общая тенденция сокращения жизненного цикла товара на рынке, усиление законодательных норм относительно защиты окружающей среды, увеличение объема марочного капитала, невысокий уровень квалификации маркетологов и прочее).

В условиях кризисных явлений в стране, экономической и политической нестабильности инвестиционные возможности машиностроительных предприятий уменьшаются, что связано, прежде всего, с уменьшением возможностей бюджета как самих предприятий, так и страны в целом. Это требует обоснованного выбора оптимального варианта инновационно-инвестиционного проекта в сфере маркетинга.

Поэтому необходимым является обоснование и разработка соответствующего методического инструментария выбора оптимальных маркетинговых инновационно-инвестиционных проектов на основе применения методов и моделей оценки их эффективности с учетом влияния факторов инфляции и риска.

Это обуславливает необходимость анализа существующих методических подходов к оцениванию экономической эффективности реальных проектов и

оценке возможности их применения для решения поставленной задачи, поскольку эффективная реализации маркетингового инновационно-инвестиционного проекта требует применения адекватных моделей, методических и инструментальных средств [64].

В контексте рассматриваемой проблемы можно выделить методический подход, предложенный ученой Кузьменко В., которая в работе [66] рекомендует использовать модель комплексной количественной оценки, учитывающей факторы успеха в процессе создания новых товаров. В основе модели лежит анализ ключевых факторов, влияющих на реализацию процесса товарных инноваций и определения уровня ценности, которая формируется на предприятии по каждому фактору успеха реализации инновации [59, с. 47].

Авторское видение направления решения поставленной задачи заключается в том, чтобы, приняв за основу описанный выше подход, развить его научно-методическую основу за счет реализации следующих предложений:

- при формировании искомой математической модели использовать метод чистого приведенного эффекта, откорректированный с учетом инфляции, риска и условий альтернативности проектов (имеется в виду возможность различий в периодичности их реализации);
- применить экспертный метод к выбору совокупности ключевых факторов успеха и оценки их значимости с учетом специфики производственной деятельности каждого конкретного предприятия;
- синтезировать математическую модель расчета комплексного индекса оценки эффективности маркетингового инновационно-инвестиционного проекта;
- установить критерий выбора оптимального варианта проекта на основе ранжирования комплексного индекса эффективности.

Обоснованием целесообразности разработки и применения такого подхода является то, что одной из проблем оценки эффективности

инновационно-инвестиционных проектов является информационная неопределенность, возникающая вследствие того, что из трех денежных потоков, сопровождающих проект, а именно, инвестиционных затрат, операционных платежей и денежных поступлений, только инвестиционные затраты могут быть четко учтены. Следовательно, всегда существует риск того, что проект, признанный на этапе экспертизы эффективным, на этапе его реализации может оказаться убыточным. Это обусловлено тем, что достигнутые в ходе реализации проекта фактические показатели могут отклониться от плановых из-за резких изменений рыночной конъюнктуры и/или воздействия какого-либо фактора, неучтенного при оценке проекта.

Таким образом, учет риска является очень важным при расчете показателей эффективности маркетинговых инновационно-инвестиционных проектов. Для этого предлагается использовать методический подход корректировки начального прогнозируемого денежного потока на понижающий коэффициент, который в соответствии с рекомендациями [63, с. 283] характеризует вероятность получения дохода в запланированном периоде времени.

Для учета инфляции целесообразно применить корректировку всех факторов, влияющих на денежные потоки сравниваемых проектов, с последующим пересчетом показателя чистого приведенного эффекта. Вполне целесообразным является применение менее трудоемкого подхода, предусматривающего корректировку коэффициента дисконтирования на индекс инфляции [63, с. 280]. Кроме этого, с целью выбора лучшего реального проекта из нескольких не альтернативных проектов, целесообразно согласно [63, с. 279] применить методику, в соответствии с которой расчет показателя чистого приведенного эффекта осуществляется с применением формулы бесконечно убывающей геометрической прогрессии.

Математическая модель выбора оптимального маркетингового инновационно-инвестиционного проекта из определенной ограниченной

совокупности реальных альтернативных проектов по критерию «max» комплексного индексного показателя эффективности может быть представлена в следующем виде:

$$\text{CIMP}_j = \frac{\sum_{k=1}^q \sum_{t=1}^T P_{kj} \cdot \frac{C_{zj}}{i_k} \cdot a_{sj} \cdot k_{sj}}{\sum_{k=1}^q \sum_{t=1}^T P_{kj}} \quad (3.17)$$

где CIMP_j – комплексный индексный показатель эффективности j -го маркетингового инновационно-инвестиционного проекта, $j = (1, q)$; q – количество сравниваемых альтернативных проектов; P_{kj} – элемент прогнозируемого денежного потока k -го года реализации j -го проекта, $k = (1, t)$; t – период реализации j -го проекта; P_{kj} – вероятность поступления дохода в k -ом году реализации j -го проекта; Γ – коэффициент дисконтирования; i_k – прогнозируемый уровень инфляции в k -ом году; IC_{zj} – объем инвестирования финансовых ресурсов в z -ом году реализации j -го проекта, $z = (1, m)$; i_z – прогнозируемый среднегодовой уровень инфляции в z -ом году; m – период инвестирования финансовых ресурсов при реализации j -го проекта; a_{sj} – усредненная экспертная оценка по s -му фактору успеха реализации j -го проекта; $s = (1, d)$; d – количество факторов успеха реализации j -го проекта; k_{sj} – коэффициент значимости s -го фактора успеха j -го проекта, $s = (1, d)$.

В соответствии с поставленной целью исследования на рис. 3.3 приведена укрупненная схема оценивания эффективности маркетинговых инновационно-инвестиционных проектов (МИИП).

Основные этапы схемного решения искомой задачи представлены 8 основными блоками. Рассмотрим кратко суть каждого блока приведенной авторской схемы. Блок 1. Принятие руководством предприятия решения по выбору оптимального маркетингового инновационно-инвестиционного

проекта с целью его реализации в будущем происходит в соответствии с бизнес-планом.

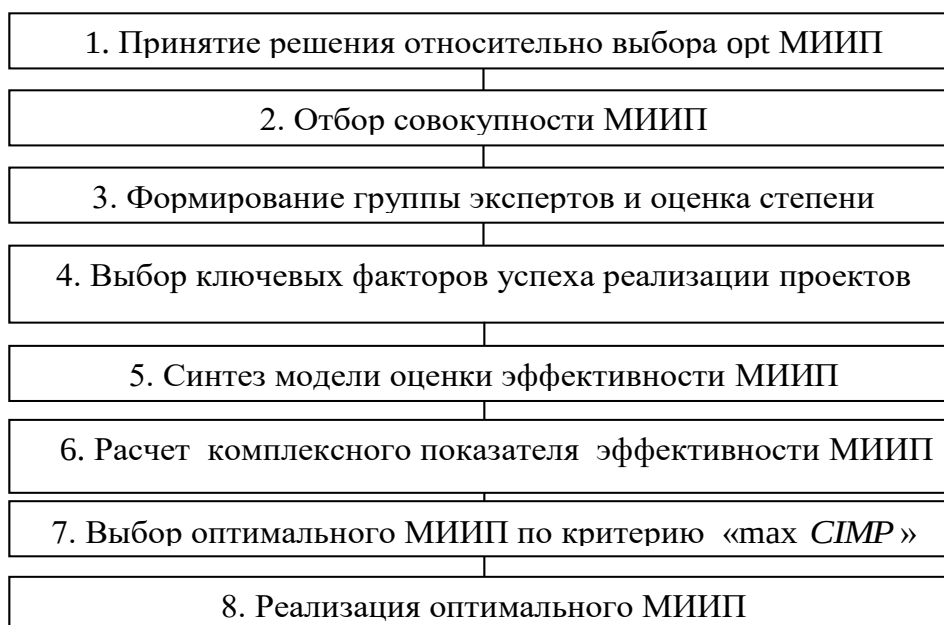


Рисунок 3.3 – Укрупненная схема оценивания эффективности маркетинговых инновационно-инвестиционных проектов

Блок 2. Выбор определенной совокупности альтернативных, реальных маркетинговых инновационно-инвестиционных проектов, возможных для их внедрения, происходит по решению руководства предприятия. Блок 3. Формирование группы экспертов происходит на основе ведущих специалистов предприятия в составе начальника отдела маркетинга, начальника планово-экономического отдела и начальника производственного цеха. Далее производится процедура оценки уровня согласованности мнений экспертов, которая базируется на результатах расчета и анализа специального показателя W – коэффициента конкордации. Расчетное значение коэффициента конкордации должно удовлетворять условию $W_p > 0,5$, в противном случае необходимым становится пересмотр состава экспертной группы. Фактическое значение коэффициента конкордации в проведенных расчетах является приемлемым. Блок 4. Экспертная оценка

ключевых факторов успеха трех маркетинговых инновационно-инвестиционных проектов производится по выбранной в нашем случае 10-ти балльной шкале. Критерием отбора ключевых факторов успеха для каждого проекта выбраны значения усредненной экспертной оценки более 0,850. Таким образом для каждого проекта были отобраны по 7 ключевых факторов успеха из 14 рассмотренных. Далее были рассчитаны коэффициенты значимости каждого ключевого фактора успеха по каждому проекту. Усредненная экспертная оценка по каждому фактору рассчитывается как среднеарифметическое значение экспертных оценок, выставленных каждым экспертом по выбранной балльной системе оценок. При этом коэффициент значимости каждого оцениваемого фактора успеха предлагается оценить как его средневзвешенное значение, измеряемое в относительных единицах. Блок 5. Для решения искомой задачи необходимо синтезировать математическую модель расчета комплексного индексного показателя оценки эффективности маркетинговых инновационно-инвестиционных проектов. Блок 6. Процедура корректировки заключается в пересчете показателя чистого приведенного эффекта с учетом влияния факторов риска и инфляции, имеющих весьма важное значение в инвестиционном процессе, а также с учетом значимости факторов успеха реализации каждого проекта. Блок 7. Выбор оптимального реального маркетингового инновационно-инвестиционного проекта по критерию максимум комплексного индексного показателя эффективности – «*max CIMP*». После получения расчетных значений оценочного показателя критерия по каждому проекту происходит выбор оптимального реального маркетингового инновационно-инвестиционного проекта. Блок 8. Завершается разработанная схема этапом реализации выбранного оптимального проекта в сфере практической инновационно-инвестиционной и маркетинговой деятельности машиностроительного предприятия.

Для трех рассмотренных МИИП были получены результаты соответствующих расчетов, приведенных в табл. 3.5.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что для получения более точных результатов при оценке эффективности маркетинговых инновационно-инвестиционных проектов в обязательном порядке необходимо учитывать как вероятность успешности реализации таких проектов на практике, так и влияние факторов внешней среды.

Таблица 3.5 – Результаты расчетов по проектам

Показатель	Результаты расчета		
	МИИП ₁	МИИП ₂	МИИП ₃
1. Чистый приведенный эффект, тыс. грн	50	47	41
2. Скорректированный чистый приведенный эффект, тыс. грн	34	21	22
3. Суммарный индекс ключевых факторов успеха	1,88	2,43	2,02
4. Комплексный индексный показатель эффективности реального МИИП, тыс. грн	63	50	42

Решение задачи моделирования процесса формирования оптимального маркетингового инновационно-инвестиционного портфеля, сформированного на основе реальных, альтернативных с точки зрения сроков реализации проектов является актуальным направлением проведения дальнейших научных исследований в сфере маркетинга инноваций на машиностроительных предприятиях.

Таким образом, применение формализованной постановки задачи в авторском варианте в сфере маркетинговой и инновационной деятельности машиностроительных предприятий позволит:

- расширить горизонты практического применения широко известного метода чистого приведенного эффекта, распространяя его на маркетинговые инновационно-инвестиционные проекты;

- обеспечить корректность рекомендуемой расчетной методики за счет учета факторов успеха реализации проектов в сфере маркетинга, влияния фактора инфляции, риска и разной продолжительности реализации реальных проектов

Авторское видение перспектив дальнейших научных разработок в данном направлении заключается в том, чтобы, приняв за основу описанный выше подход, разработать научно-методический инструментарий формирования оптимального маркетингового инновационно-инвестиционного портфеля, реализация которого на практике будет способствовать принятию научно обоснованных управленческих решений и обеспечивать оптимизацию распределения ограниченных финансовых ресурсов на машиностроительных предприятиях.

3.4 Комбинированный метод оценки проектных рисков

В связи с развитием рыночных отношений инвестиционную деятельность в Украине приходится осуществлять в условиях нарастающей неопределенности ситуации и изменчивости экономической среды. Это значит, что возникает неясность и неуверенность в получении ожидаемого конечного результата, а, следовательно, возрастает риск непредвиденных потерь.

Важным фактором, влияющим на оценку экономической эффективности проекта, является фактор риска. Этап оценки проектных рисков является неотъемлемой частью оценки эффективности принимаемых инвестиционных решений. Риск в инвестиционном процессе, независимо от характера проявления, приводит, в конечном счете, к уменьшению реальной отдачи от капитала по сравнению с ожидаемой.

Среди публикаций последних лет вопросы управления проектами и программами, финансовой целесообразности их реализации, а также методического обеспечения оценки проектных рисков освещены в работах таких авторов, как: А. С. Ванюшкин [72], В. П. Волков [73], С. И. Левицкий

[74], Л. И. Нефёдов [75], Ю. Т. Разумный [76], А. А. Саинчук [77], С. О. Сафронов [78], О. Е. Федорович [79].

Как показал анализ научной литературы, наибольшее распространение при количественной оценке проектных рисков получили следующие методы [80-85]:

- статистический метод;
- метод экспертных оценок;
- анализ чувствительности (метод вариации параметров);
- метод проверки устойчивости (расчета критических точек);
- метод сценариев (метод формализованного описания неопределенностей);
- имитационное моделирование (метод Монте-Карло);
- метод корректировки ставки дисконтирования.

Статистические методы включают расчет среднеквадратического отклонения, среднего значения, коэффициента вариации и других показателей, которые характеризуют степень отклонения действительных результатов от ожидаемых в случае возникновения рисков. Однако предприятие интересуется не только размер суммы, которую оно может потерять, но и с какой вероятностью возникнут потери в определенных пределах.

Экспертный метод состоит в возможности использования опыта экспертов в процессе анализа проектов и учета влияния разнообразных качественных факторов. Применение данного метода в чистом виде дает слишком субъективную оценку рискованности проектов, а поэтому нуждается в корректной математической обработке результатов опроса экспертов.

Методы оценки рисков, описанные выше, имеют ряд недостатков. Экспертный способ носит слишком субъективный характер; статистический – не учитывает качественной оценки и профессионального

мнения специалистов, а также не позволяет определить вероятность недополучения прибыли в заданном интервале потерь.

Одним из способов оценки проектных рисков является введение поправки к уровню процентной ставки, которая характеризует доходность по безрисковым вложениям (банковский депозит, краткосрочные государственные ценные бумаги). Такой учет риска больше носит прогнозный характер, нежели пригоден для сравнительной оценки рискованности проектов.

В целом выбор конкретных методов оценки проектных рисков определяется рядом факторов:

- видом проектного риска;
- полнотой и достоверностью информационной базы, сформированной для оценки уровня вероятности различных рисков;
- уровнем квалификации проектных менеджеров, осуществляющих оценку;
- технической и программной оснащенностью проектных менеджеров, возможностью использования современных компьютерных технологий проведения такой оценки;
- возможностью привлечения к оценке сложных проектных рисков квалифицированных экспертов и др.

Результаты научного поиска позволили выявить преимущества и недостатки используемых на практике методов, что обусловило необходимость совершенствования существующих подходов к оценке проектных рисков. Предложенный в данном исследовании подход к оценке проектных рисков предполагает устранение вышеперечисленных недостатков и на основе существующих позволяет разработать усовершенствованную методику с учетом специфики трансформационной экономики, характеризующейся высокой степенью неопределенности внешней среды.

Предлагаемый способ оценки проектных рисков представляет собой комбинированный метод на основе сочетания экспертного и статистического, который учитывает мнения квалифицированных специалистов, а также использование математического аппарата, который привносит долю объективности в процесс учета и анализа рисков.

Комбинированный метод оценки проектных рисков описывает двухблочная схема, представленная на рис. 3.4.

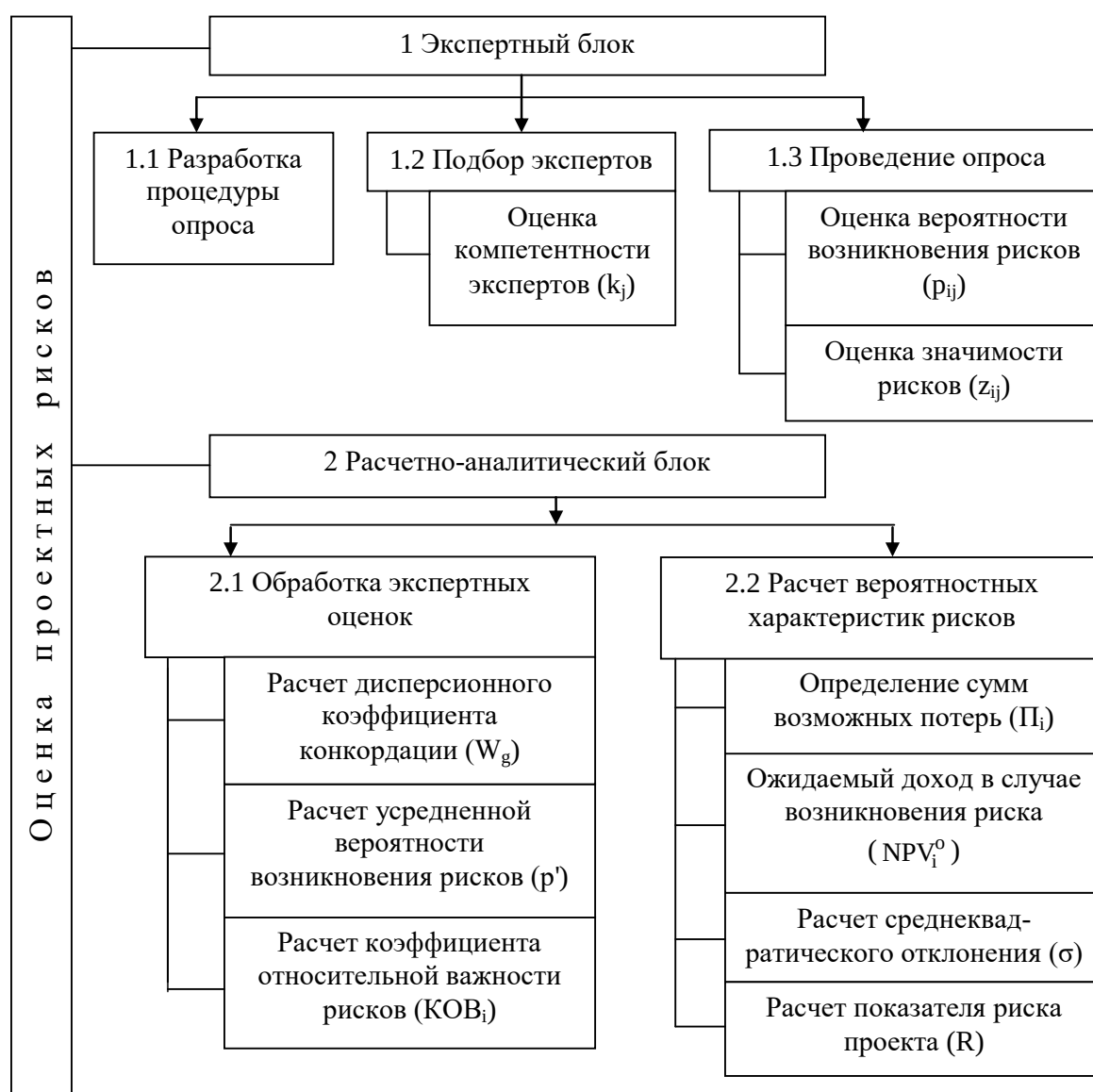


Рисунок 3.4 – Схема оценки проектных рисков
на основе комбинированного метода

Источник: авторская разработка

Экспертный блок предполагает использование экспертного метода для оценки проектных рисков. Этот метод позволяет дать эффективное решение проблемы в условиях большой неопределенности. Данный блок включает три подблока:

- разработка процедуры опроса;
- формирование команды экспертов на основе оценки их компетентности;
- непосредственно проведение опроса, в ходе которого экспертам необходимо оценить вероятность возникновения рисков и их значимость.

При подборе экспертов численность и состав группы должны быть такими, чтобы получить достоверное решение с учетом выделенных ресурсов. С помощью метода выборочного исследования, предложенного в [86], рассчитывается оптимальное число экспертов. В группу экспертов не следует включать заинтересованных лиц, необходимо стремиться к независимой экспертизе. Обычно, выбирая кандидатов в эксперты, исходят из компетентности того или иного специалиста в области его непосредственной деятельности и изучаемого вопроса.

Показатель компетентности экспертов практически невозможно определить по каким-либо объективным статистическим данным, чаще всего он выявляется путем самооценки экспертов. При этом индивидуальная самооценка складывается исходя из информированности по данной проблеме и коэффициента аргументации.

Степень информированности эксперта по данной проблеме отражает коэффициент информированности $k_{и}$, который определяется путем самооценки по шкале от 0 до 1. Структура аргументов учитывается коэффициентом аргументации $k_{а}$, который показывает, насколько эксперт оценивает влияние факторов на свое мнение о проблеме.

На основе подходов, изложенных в работах [87; 88, с. 73], в данном исследовании были составлены шкала коэффициента информированности и таблица структуры аргументов (табл. 3.6. и табл. 3.7).

Коэффициент аргументации представляет собой сумму указанных баллов. Его значения могут находиться в пределах от 0 до 1. Если $k_a=1$, это говорит о высокой степени влияния на мнение экспертов всех источников аргументации; если $0,51 \leq k_a \leq 0,98$ – средняя степень влияния; и если $k_a \leq 0,5$ – низкая степень влияния [87]. По таблице структуры аргументов эксперту необходимо отметить степень аргументации по каждому из пяти предложенных источников.

Таблица 3.6 –Шкала коэффициента информированности

Диапазон значений коэффициента информированности ($k_{и}$)	Степень информированности
0	не имею представления о данной отрасли
0,1 – 0,3	плохо знаком с отраслью, но данная проблема входит в сферу моих интересов
0,4 – 0,6	удовлетворительно знаком с отраслью, но с подобной проблемой не сталкивался
0,7 – 0,9	хорошо знаком с данной отраслью и занимаюсь подобного рода проблемами
1,0	имею продолжительный стаж работы в данной отрасли и решение подобной проблемы входит в круг моей профессиональной специализации

Источник: составлено автором на основе [87; 88, с. 73]

Таблица 3.7– Таблица структуры аргументов

Источник аргументации	Степень аргументации		
	высокая	средняя	низкая
Информация по данным средств массовой информации	0,1	0,07	0,03
Опыт и научные труды других экспертов	0,1	0,08	0,04
Непосредственное личное изучение данной отрасли	0,35	0,25	0,15
Наличие профессиональных знаний по данной проблеме	0,4	0,3	0,2
Интуиция	0,05	0,03	0,02

Источник: составлено автором на основе [87, 88, с. 73]

Коэффициент компетентности эксперта k_k определяется как среднеарифметическое коэффициентов информированности $k_{и}$ и аргументации k_a [88, с. 73; 18]:

$$k_k = \frac{k_{и} + k_a}{2}. \quad (3.18)$$

Показатель компетентности также находится в пределах от 0 до 1.

При подборе экспертов также рекомендуется учитывать дополнительные критерии, такие, как плодотворность деятельности, уровень и широта знакомства с достижениями мировой науки и практики, научный авторитет, понимание проблемы и перспектив ее развития, ученая степень и занимаемая должность, количество и объем публикаций, количество ссылок на научные труды эксперта.

В ходе ведения опроса перед экспертами ставится задача составления перечня наиболее вероятных рисков для данного инвестиционного проекта, определение вероятности их возникновения (в процентах) и оценка значимости рисков путем их упорядочения в определенной последовательности по порядковой шкале измерения. Причем минимальное значение присваивается менее значительному риску, а максимальное значение – риску, наиболее влияющему на процесс реализации инвестиционного проекта.

Результаты опроса экспертов предлагается представить в табличной форме (табл. 3.8).

Таблица 3.8 – Результаты опроса экспертов

Риск	Оценка вероятности возникновения рисков (p_{ij})				Оценка значимости рисков (z_{ij})			
	Эксперт				Эксперт			
	Q_1	Q_2	$Q \dots$	Q_m	Q_1	Q_2	$Q \dots$	Q_m
1	p_{11}	p_{12}	...	p_{1m}	z_{11}	z_{12}	...	z_{1m}
2	p_{21}	p_{22}	...	p_{2m}	z_{21}	z_{22}	...	z_{2m}
...	...	...	...	...	...	...	...	...
n	p_{n1}	p_{n2}	...	p_{nm}	z_{n1}	z_{n2}	...	z_{nm}

Источник: авторская разработка

Расчетно-аналитический блок предполагает:

- обработку экспертных оценок, в процессе которой определяется: согласованность мнений экспертов с помощью расчета дисперсионного коэффициента конкордации; усредненная вероятность возникновения рисков; коэффициент относительной важности рисков;
- расчет вероятностных характеристик рисков, который предусматривает: определение сумм возможных потерь в случае возникновения рисков, нахождение ожидаемого дохода; расчет среднеквадратического отклонения и на этой основе расчет вероятности возникновения определенного уровня потерь с помощью математического аппарата теории вероятности.

Расчет согласованности мнений экспертов позволяет определить степень согласия экспертов по оценке рисков и более обоснованно выбрать эффективное решение. Для этого рассчитывается дисперсионный коэффициент конкордации (W_g), как отношение дисперсии (D) к ее максимальному значению ($D_{\max}$) [86; 88, с. 74; 90, с. 41]:

$$W_g = \frac{D}{D_{\max}}. \quad (3.19)$$

В рамках поставленной задачи степень согласованности мнений экспертов рассчитывается по формуле:

$$W_g = \frac{1}{m} \frac{\sum_{i=1}^m (z_i - \bar{z})^2}{(n-1)} \quad (W_g = 0,1). \quad (3.20)$$

где z_i – групповая оценка значимости по каждому риску;

$\bar{z}$ – среднее значение событий, которое определяется как среднеарифметическое;

m – число экспертов;

n – количество рисков.

Максимальное значение дисперсии может быть получено, если все эксперты дадут одинаковую оценку каждому риску. Если согласованности совершенно нет, то отсутствует связь между оценками и коэффициент $W_g \rightarrow 0$. Для получения объективных данных задается значение $W_g \geq 0,5$. Если $W_g < 0,5$, то следует провести опрос заново.

Так как каждый из экспертов выставляет свою оценку вероятности возникновения рисков и их мнения независимы друг от друга, введем усредненную оценку вероятности возникновения каждого из рисков (p_i') таким образом, чтобы $\sum_{i=1}^n p_i' = 1$. Усредненную оценку вероятности рисков предлагается рассчитывать по формуле:

$$p_i' = \frac{\sum_{j=1}^m p_{ij}}{\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m p_{ij}} \quad (i = \overline{1, n}) \quad (3.21)$$

где p_{ij} – вероятность возникновения риска, выставленная j -м экспертом по i -му риску (сумма всех p_i' равна 1);

n – количество учтенных рисков;

m – число экспертов.

Коэффициент относительной важности по каждому риску (KOB_i) рассчитывается по формуле:

$$KOB_i = \frac{\sum_{j=1}^m p_i' \cdot z_{ij} \cdot k_j}{\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m p_i' \cdot z_{ij} \cdot k_j}, \quad (3.22)$$

где z_{ij} – оценка значимости рисков, выставленная в баллах j -м экспертом по i -му риску; ($i = \overline{1, n}$);

k_j – предварительно оцененная компетентность экспертов.

Предложенный коэффициент относительной важности, таким образом, выступает в качестве некоторого поправочного рискового коэффициента. Он призван скорректировать расчетную величину чистой текущей стоимости проекта в случае возникновения каждого из рисков.

На основании вышесказанного, ориентировочная сумма потерь по каждому риску (Π_i) рассчитывается по формуле:

$$\Pi_i = NPV_p \cdot K_i, \quad (3.23)$$

где NPV_p – расчетное значение чистой текущей стоимости проекта.

Сумма ожидаемого значения чистой текущей стоимости в случае возникновения i -го риска NPV_i^0 определяется по формуле:

$$NPV_i^0 = NPV_p - \Pi_i, \quad (3.24)$$

Чтобы учесть колеблемость доходов в случае возникновения различных рисков и вероятность возникновения определенного уровня потерь, необходимо рассчитать среднеквадратическое отклонение показателя чистой текущей стоимости проекта (NPV). На основании положений теории вероятности расчет среднеквадратического отклонения (σ) осуществляется по формуле:

$$\sigma = \sqrt{\sum_{i=1}^n \Pi_i^2}, \quad (3.25)$$

где $\overline{NPV}$ – средний ожидаемый доход по проекту, который рассчитывается как среднеарифметическое значений по каждому риску:

$$\overline{NPV} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n NPV_i^0, \quad (3.26)$$

Результаты анализа современных авторских подходов показал, что многие авторы при оценке рисков ограничиваются расчетом среднеквадратического отклонения. Однако, на основании исследований второго раздела можно полагать, что любому предприятию, оценивающему рискованность своих вложений, важно знать не только с какой вероятностью оно может потерять вложенные деньги или недополучить прибыль, но и насколько вероятно потерять сумму, лежащую в определенных пределах (например, в интервале от 7000 до 10000 грн). Решить данную проблему можно путем нахождения среднего значения вероятности в заданном интервале потерь.

Общие представления о закономерностях изменения предпринимательского риска базируются на гипотезе, что прибыль как случайная величина подчинена нормальному или близко к нормальному закону распределения.

Исходя из вышесказанного, в данном исследовании предлагается определить вероятность получения дохода (NPV) в заданном интервале $[a, b]$ по формуле [91, с. 54]:

$$P(a \leq NPV \leq b) = \Phi\left(\frac{b - \overline{NPV}}{\sigma}\right) - \Phi\left(\frac{a - \overline{NPV}}{\sigma}\right), \quad (3.27)$$

где функция $\Phi(U)$ – интеграл вероятностей, $\left(\frac{U - \overline{NPV}}{\sigma}\right)$.

Значения функции $\Phi(U)$ протабулированы и приводятся в справочных пособиях и учебниках по теории вероятности [91, 92].

В качестве (b) предлагается использовать значение расчетного дохода от реализации проекта (NPV_p), а в качестве (a) – значение NPV, которое соответствовало бы некоторому уровню допустимого риска для конкретного проекта.

Таким образом, вероятность того, что сумма потерь (Π) в случае возникновения рисков составит не более величины $(b-a)$, определяется по формуле:

$$P(\Pi \leq b-a) = \frac{1}{\sigma \sqrt{2\pi}} \int_a^b e^{-\frac{(\Pi - \overline{NPV})^2}{2\sigma^2}} d\Pi, \quad (3.28)$$

где Π – сумма потерь в случае возникновения рисков.

При сравнительной оценке нескольких альтернатив для сопоставимости результатов необходимо, чтобы относительное изменение NPV было одинаковым для всех рассматриваемых проектов.

Этапы расчетно-аналитического блока оценки проектных рисков предлагается представить в табличной форме (табл. 3.9), где использованы следующие условные обозначения:

NPV_p – расчетное значение чистой текущей стоимости;

KOB_i – коэффициент относительной важности риска;

Π_i – сумма потерь в случае возникновения риска;

NPV_i^0 – ожидаемое значение чистой текущей стоимости в случае возникновения риска;

$\overline{NPV}$ – среднее значение ожидаемой чистой текущей стоимости;

σ – среднеквадратическое отклонение;

R – показатель риска проекта.

Рассчитанная вероятность возникновения определенного уровня потерь является показателем риска проекта (R), который показывает вероятность получения дохода не ниже некоторого заданного значения (a). После завершения расчетов следует сделать вывод о степени рискованности проекта. Очевидно, менее рискованному проекту будет соответствовать минимальное значение показателя риска.

Таблица 3.9 – Результаты расчета вероятностных характеристик риска

Риск	Показатель (условное обозначение)						
	NPV_p	KOB_i	Π_i	NPV_i^0	$\overline{NPV}$	σ	R
1		KOB_1	Π_1	NPV_1^0			
2		KOB_2	Π_2	NPV_2^0			
...		...	...	...			
n		KOB_n	Π_n	NPV_n^0			
Всего		$\Sigma=1,0$		Σ			

Источник: авторская разработка

Предложенный комбинированный метод позволяет учесть риски, характерные для каждого инвестиционного проекта, осуществить их качественную и количественную оценку, рассчитать вероятность недополучения суммы всей прибыли или ее части в заданном интервале потерь. Это обеспечивает получение более полной и объективной информации о степени рискованности проекта, что способствует повышению эффективности принимаемых решений в области инвестиционного менеджмента.

3.5. Моделирование процесса принятия решений по выбору оптимального варианта проекта в условиях инфляции и риска

При выборе инвестиционного проекта большое значение имеет правильная оценка эффективности проекта. Проект должен рассматриваться в совокупности с уже разрабатываемыми инвестиционными проектами, которые также требуют финансирования. В некоторых случаях требующие значительных капитальных ресурсов проекты могут быть отвергнуты в пользу менее эффективных проектов, но требующих меньших затрат, из-за того, что финансовые ресурсы необходимы для других проектов предприятия. Следует оценить количественно все затраты, необходимые для

разработки проекта. Основные затраты, производимые до того, как продукт или технологический процесс начнет давать отдачу, состоят из затрат на НИОКР, капитальных вложений в производственные мощности и первоначальных стартовых затрат, причем уровень этих затрат зависит от направленности проекта. Здесь же необходимо оценить возможный метод финансирования проекта, необходимость и вероятность привлечения внешних инвестиций для реализации проекта. Одна из главных проблем – это правильное планирование денежной наличности. Очень часто вполне рентабельный проект может оказаться несостоятельным в результате непоступления финансовых средств в конкретные сроки. Поэтому необходимо соотнести во времени прогноз денежных поступлений с прогнозом необходимости финансовых затрат, требующихся для разработки проекта.

Стадия производства является заключительной стадией реализации проекта, требующая тщательного анализа, в результате которого исследуются все вопросы, связанные с обеспечением производственными помещениями, оборудованием, его расположением, персоналом. Обстоятельно анализируются производственный процесс: как должна быть организована система выпуска продукции и каким образом должен осуществляться контроль за соблюдением технологических процессов, обеспечивает ли оборудование достижение требуемого качества нового продукта и т.д. Если какие-то работы по проекту предприятие не может выполнить самостоятельно, необходимо выявить потенциальных субподрядчиков и оценить примерную стоимость этих работ. Скорость и издержки, сопровождающие внедрение в производство, различны у отдельных проектов. Обычно чем больше разрыв между требованиями, необходимыми для организации производства новой продукции и существующими производственными возможностями, тем больше соответствующие затраты по реализации инвестиционного проекта.

Оценивая проект, необходимо выявить те характеристики нового продукта или услуги, достижения которых, вероятнее всего, вызовут дополнительные производственные затраты. Определив эти трудности и затраты, можно обеспечить плановый переход проекта к стадии производства. На данной стадии реализации проекта следует оценить окончательные издержки производства нового продукта, которые зависят от многих факторов: цен на материалы, сырье, энергию, комплектующие, технологии, уровня оплаты труда работникам, капитальных вложений, объема выпуска [93].

Проблема принятия решения относительно выбора оптимального варианта инвестиционного проекта заключается в определении того, насколько будущие поступления оправдают сегодняшние затраты. Поскольку принимать решение приходится «сегодня», все показатели будущей деятельности инвестиционного проекта должны быть откорректированы с учетом снижения ценности (значимости) денежных ресурсов по мере отдаления операций, связанных с их расходованием или получением. Практически корректировка заключается в приведении всех величин, характеризующих финансовую сторону осуществления проекта, в масштаб цен, сопоставимый с имеющимся «сегодня». Операция такого пересчета называется «дисконтированием» (уценкой). Расчет коэффициентов приведения в практике оценки инвестиционных проектов производится на основании так называемой, «ставки сравнения» (коэффициента дисконтирования или нормы дисконта). Смысл этого показателя заключается в изменении темпа снижения ценности денежных ресурсов с течением времени [94-96].

Для действующих предприятий, осуществляющих инвестиции, в качестве коэффициентов дисконтирования рекомендуется использовать средневзвешенную стоимость постоянного (акционерного или долгосрочного заемного) капитала, определяемую на основании величины дивидендных или процентных выплат.

Методы дисконтирования с наибольшим основанием могут быть отнесены к стандартным методам анализа инвестиционных проектов, однако наибольшее распространение получили расчеты показателей чистой текущей стоимости проекта и внутренней нормы прибыли. Применение методов дисконтирования чистых потоков денежных средств позволяет более корректно, с учетом фактора времени, определить срок окупаемости проекта [97, 98].

Метод чистой приведенной стоимости (NPV) основан на сопоставлении величины исходной инвестиции с общей суммой дисконтированных чистых денежных поступлений, генерируемых ею в течение прогнозируемого срока. Поскольку приток денежных средств распределен во времени, он дисконтируется с помощью коэффициента дисконтирования, устанавливаемого аналитиком (инвестором) самостоятельно исходя из ежегодного процента возврата, который он хочет или может иметь на инвестируемый им капитал. Рекомендуются следующие соотношения: если $NPV > 0$, то проект следует принять; если $NPV < 0$, то проект следует отвергнуть; $NPV = 0$, то проект ни прибыльный, ни убыточный [99, 100].

При прогнозировании доходов по годам необходимо по возможности учитывать все виды поступлений как производственного, так и непроизводственного характера, которые могут быть ассоциированы с данным проектом. Так, если по окончании периода реализации проекта планируется поступление средств в виде ликвидационной стоимости оборудования или высвобождения части оборотных средств, они должны быть учтены как доходы соответствующих периодов.

Расчет по данным методам вручную достаточно трудоемок, поэтому для удобства применения этого и других методов, основанных на дисконтированных оценках, разработаны специальные статистические таблицы, в которых табулированы значения сложных процентов, дисконтирующих множителей, дисконтированного значения денежной

единицы и т.п., в зависимости от временного интервала и значения коэффициента дисконтирования.

В настоящее время инновации, как процесс создания, производства, развития и качественного совершенствования новых видов изделий, технологий и организационных форм, все в большей степени становятся нормой конкурентоспособности и залогом комплексного развития общества [101, 103].

Эффективная реализация инновационной стратегии развития каждого конкретного предприятия зависят от активности его инвестиционной деятельности. В связи с этим актуальным является решение задачи выбора оптимального варианта инвестиционного проекта из ряда альтернативных. В качестве критерия оптимальности выступает один из показателей оценки эффективности проекта. Выбор метода оценки эффективности инвестиционного проекта зависит, в первую очередь, от выбранной на предприятии стратегии развития, поставленных руководством целей и задач. Если предприятие заинтересовано в быстрой окупаемости проекта (его ликвидности) и минимальном риске, то можно ориентироваться на простые (статические) методы оценки эффективности инвестиций, в частности, срок окупаемости (PP). Он достаточно прост в расчетах, однако не учитывает фактора времени, инфляции и риска. Предприятие, нацеленное на устойчивый экономический рост, должно руководствоваться методами, основанными на дисконтированных оценках.

Наиболее используемым из существующих методов является метод чистого дисконтированного (приведенного) эффекта. Аргументами в пользу предпочтения его применения являются следующие:

- метод NPV дает вероятностную оценку прироста стоимости предприятия в случае принятия проекта, т.е. в полной мере отвечает целевой установке акционеров и управленческого персонала предприятия – инициатора проекта;

- он обладает свойством аддитивности, что позволяет суммировать его значения по различным проектам.

На практике показатель NPV часто рассчитывается без учета уровня инфляции и риска, которые могут существенным образом повлиять на результат расчета эффективности инвестиций и повлечь за собой неверное принятие решения по проекту. В связи с этим в дипломной работе предложена модель расчета NPV, учитывающая факторы риска и инфляции.

Фактор инфляции учитывается при помощи модификации коэффициента дисконтирования (умножения его на прогнозируемый средний уровень инфляции). Риск-фактор учитывается с помощью изменения денежного потока на понижающий коэффициент – вероятность получения дохода в плановом периоде.

Формализованная постановка задачи имеет следующий вид: руководство предприятия рассматривает несколько инвестиционных проектов с целью выбора наиболее оптимального. Объем требуемых инвестиционных ресурсов – IC . Они ограничены сверху объемом финансовых ресурсов предприятия, выделенных на цели развития производства. Инвестиционные проекты заключаются в покупке нового оборудования и рассчитаны на период n . Коэффициент дисконтирования равен r , предполагаемый уровень инфляции – i , вероятность получения дохода – p . Необходимо: сформировать чистые денежные потоки предприятия по каждому проекту; рассчитать показатель NPV с учетом инфляции и риска по каждому из них; выбрать оптимальный вариант проекта. С этой целью необходимо разработать модель процесса принятия инвестиционного решения, характеристика этапов которого приведена в табл. 3.10.

Таблица 3.10 – Характеристика этапов процесса принятия инвестиционного решения

Этап	Процедура
1. Постановка задачи	Возникновение новой ситуации. Появление проблемы. Сбор необходимой информации. Описание проблемной ситуации.
2. Разработка вариантов решений	Формулирование требований ограничений. Сбор необходимой информации. Разработка возможных вариантов решений.
3. Выбор решения	Определение критериев выбора. Выбор решений, отвечающих критериям. Оценка возможных последствий. Выбор предпочтительного решения.
4. Организация выполнения решения и его оценка	План реализации выбранного решения. Контроль хода реализации решения. Оценка решения проблемы и возникновение новой ситуации.

В табл. 3.10 представлена детальная структуризация процесса принятия инвестиционного решения, в которой наряду с выделением четырех этапов приведен состав процедур, необходимых для реализации целевых установок каждого этапа. После этапа формализации задачи рассматриваются возможные варианты решения искомой задачи. С этой целью применяются различные методики [104, 105] и различные критерии, позволяющие из совокупности возможных предложений – альтернативных инвестиционных проектов выбрать оптимальный с учетом существующих ограничений.

В рамках данного исследования предлагается использовать авторский подход, в основе которого лежит использование модели чистого приведенного эффекта с учетом влияния факторов инфляции и риска, а именно:

$$\text{opt } IC_d = \max \{NPV_d > 0\}, \quad (3.29)$$

где IC_d – объем исходной инвестиции d-го инвестиционного проекта;
 NPV_d – чистый приведенный эффект d-го инвестиционного проекта.

Расчет показателя NPV осуществляется по формуле:

$$NPV = \sum_{k=1}^n \frac{ДП_k \cdot P_k}{(1 + p_k)^k} - \sum_{j=1}^m \frac{IC_j}{(1 + i_j)^j}, \quad (3.30)$$

где n – период реализации проекта; m – период вложения инвестиций, $m = (\overline{1, j})$, $m \in n$; $ДП_k$ – элемент денежного потока k -го года; P_k – вероятность поступления дохода в k -ом году; p_k – модифицированный коэффициент дисконтирования, $p_k = r + i_k$; r – коэффициент дисконтирования; i_k , i_j – прогнозируемый уровень инфляции в году k и j соответственно.

Степень приближения проектной информации к конкретике реальных условий осуществления проекта всегда имеет некоторый предел точности. Считается, что допустимая погрешность проектных расчетов составляет не менее 15-20% [93]. Это связано с тем, что реальные условия осуществления проекта будут отличаться от планируемых в силу объективных обстоятельств, о возможности наступления которых можно знать, но нельзя предугадать, когда они произойдут. Другой причиной погрешности расчетов являются способы определения доходов и затрат проекта. Наиболее точными из них являются – информация, имеющая документальное подтверждение в виде заключенных договоров, и фактические показатели работы аналогичного действующего производства.

Как правило, применение методов оценки коммерческой состоятельности инвестиционных проектов базируется на одном принципиальном допущении, а именно: предполагается, что деятельность проекта (предприятия) внутри установленного интервала планирования полностью описываются итоговыми (суммарными) числовыми значениями потоков поступлений и платежей. Другими словами, дискретность возникновения всех числовых величин привязана к концу каждого интервала планирования.

Вне зависимости от методической корректности расчета, выбора программных средств, используемых для расчета, квалификации и личного

опыта разработчика проекта, коммерческая оценка проекта напрямую зависит от качества исходных данных и не может быть надежнее их.

Исходной информацией для решения задачи моделирования процесса выбора оптимального варианта инвестиционного проекта в условиях инфляции и риска является как внутренняя, так и внешняя информация. Внутренняя информация представлена официальными документами статистической отчетности предприятия. К внешней информации относятся данные среднегодового уровня инфляции, стоимости оборудования, ставок банковских процентов.

Информацией, необходимой для расчета денежных потоков по проектам, является следующая: выручка от реализации продукции; текущие затраты предприятия; инвестиционные затраты, которые включают в себя инвестиции в постоянные активы и формирование оборотного капитала; источники и условия финансирования.

Дополнительной исходной информацией является следующая: объем финансовых средств предприятия, выделенных руководством на цели его развития; коэффициент дисконтирования, утвержденный руководством предприятия; стоимость закупаемого оборудования; количество единиц необходимого оборудования; норма амортизационных отчислений; планируемые объемы производства продукции по годам; текущие затраты на единицу продукции (себестоимость); прогнозируемый уровень инфляции по годам; вероятность получения дохода по годам.

Процесс выбора оптимального варианта инновационно-инвестиционного проекта в условиях инфляции и риска включает следующие этапы: формализация задачи; отбор альтернативных проектов; сбор необходимых достоверных исходных данных; формирование денежных потоков по проектам; расчет дисконтированных денежных потоков по проектам; расчет показателя NPV проектов с учетом влияния факторов инфляции и риска; выбор оптимального инновационно-инвестиционного проекта по критерию «max NPV».

При этом процедура использования метода NPV заключается в следующем:

- шаг 1 – определяется современное значение каждого элемента денежного потока по оцениваемым проектам;
- шаг 2 – суммируются все дисконтированные значения элементов денежных потоков и определяется критерий NPV по каждому проекту;
- шаг 3 – принимается решение о выборе оптимального инвестиционного проекта в соответствии с установленным критерием.

В соответствии с ранее приведенной формулой чистый приведенный эффект равен:

$$\begin{aligned}
 NPV_1 &= \frac{20 \cdot 0,9}{(1 + 0,09 + 0,08)^1} + \frac{20 \cdot 0,9}{(1 + 0,09 + 0,07)^2} + \frac{30 \cdot 0,8}{(1 + 0,09 + 0,05)^3} - \\
 &\quad - \frac{20}{(1 + 0,08)^1} - \frac{20}{(1 + 0,08)^2} = \frac{20 \cdot 0,9}{1,17} + \frac{20 \cdot 0,9}{1,16^2} + \frac{30 \cdot 0,8}{1,14^3} - \frac{20}{1,08} - \frac{20}{1,08^2} = \\
 &= 18 \cdot 0,855 + 18 \cdot 0,743 + 24 \cdot 0,675 - 20 \cdot 0,926 - 20 \cdot 0,857 = \\
 &= 15,390 + 13,374 + 16,200 - 18,520 - 17,140 = 8,664 \text{ тыс.грн.}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 NPV_2 &= \frac{15 \cdot 0,9}{(1 + 0,09 + 0,08)^1} + \frac{20 \cdot 0,8}{(1 + 0,09 + 0,07)^2} + \frac{25 \cdot 0,7}{(1 + 0,09 + 0,05)^3} - \\
 &\quad - \frac{35}{(1 + 0,08)^1} = \frac{15 \cdot 0,9}{1,17} + \frac{20 \cdot 0,8}{1,16^2} + \frac{25 \cdot 0,7}{1,14^3} - \frac{35}{1,08} = \\
 &= 13,5 \cdot 0,855 + 16,0 \cdot 0,743 + 17,5 \cdot 0,675 - 35 \cdot 0,926 = \\
 &= 11,542 + 11,888 + 11,813 - 32,410 = 2,833 \text{ тыс.грн.}
 \end{aligned}$$

Сравнивая численные значения показателей чистого приведенного эффекта по двум инвестиционным проектам возможно выбрать оптимальный проект. В рассматриваемом примере $NPV_1 = 8664$ гривен. Беря во внимание то, что этот показатель рассчитан с учетом инфляции и риска, можно сделать вывод, что первый проект экономически эффективен.

3.6. Анализ неальтернативных инвестиционных проектов

Принятие того или иного инвестиционного решения базируется на оценке размера необходимых инвестиций, анализе источников финансирования, прогнозе будущих денежных поступлений от реализации проекта. В теории инвестирования и практической деятельности возможно рассмотрение сложных, динамических задач, требующих оптимизации распределения инвестиций, однако наиболее типичная инвестиционная ситуация связана с процедурой сравнительного анализа инвестиционных проектов различной продолжительности, так называемых неальтернативных инвестиционных проектов.

В основе принятия решения по выбору лучшего инвестиционного проекта – сравнение начального объема инвестиций, необходимых для реализации проекта, с ежегодными денежными потоками – поступлениями средств в процессе реализации инвестиционного проекта. С целью сравнения объема инвестиций и будущих денежных потоков необходимым есть учет разновременности притоков и оттоков средств в результате реализации конкретного инвестиционного проекта. Для этого все будущие денежные потоки надо «привести» к моменту вложения средств, то есть выполнить процедуру дисконтирования потоков платежей.

Принятие решения о долгосрочном инвестировании капитала базируется на результатах предварительного анализа в оценке экономической эффективности нескольких вариантов инвестиционных проектов при следующих условиях: инвестиционный капитал будет полностью возмещен; полученная от реализации выбранного инвестиционного проекта прибыль будет достаточной для компенсации временного отказа от использования финансовых ресурсов и негативного влияния инвестиционных рисков, которые могут иметь место вследствие неопределенности конечного результата от реализации инвестиционного проекта.

Фактор времени отображается в разной стоимости средств, генерируемых в разные моменты времени. Это обусловлено тем, что имеющиеся в данный момент средства могут быть инвестированы и принести доход в будущем. Фактор риска выражается в том, что эффективность инвестиционного проекта оценивается с определенной степенью вероятности. При анализе доходности инвестиций необходимо проводить экономическое обоснование и прогнозирование будущих условий, поэтому инвестиционный анализ в значительной степени является прогнозным.

В современных условиях хозяйствования каждого инвестора интересует не только политическая и экономическая стабильность, а, прежде всего, экономическая целесообразность реализации инвестиционных проектов и уверенность в том, что принятое им инвестиционное решение является наилучшим из всех возможных вариантов, что обеспечит устойчивый рост прибыли, дивидендов или снижение себестоимости. Поэтому при разработке инвестиционных программ и выборе реальных инвестиционных проектов для целей их дальнейшей реализации необходимо проводить процедуру обоснования экономической эффективности принятия инвестиционных решений.

На практике достаточно реальна ситуация, когда необходимо выбрать лучший инвестиционный проект из определенной их совокупности при различной продолжительности реализации таких проектов. В этом случае необходимо последовательно осуществить определенную процедуру, предусматривающую реализацию следующих этапов:

а) найти наименьшее общее кратное сроков действия реальных и альтернативных инвестиционных проектов;

б) рассматривая каждый из проектов как повторяющийся, проанализировать NPV проектов, реализуемых необходимое число раз в течении периода времени, равного малейшему общему кратному;

в) выбрать тот из проектов, для которого суммарный NPV повторяющегося потока имеет наибольшее значение [106, с. 277–278].

Данную методику можно упростить в вычислительном плане, если предположить, что каждый из рассматриваемых реальных не альтернативных инвестиционных проектов будет реализовано неограниченное число раз [106, с. 279]. В этом случае число слагаемых в формуле расчета NPV будет стремиться к бесконечности, а значение NPV каждого из инвестиционных проектов может быть найдено по формуле бесконечно убывающей геометрической прогрессии.

Рассмотрим применение вышеописанного методического подхода на условно числовой примере. Итак, необходимо провести сравнительный анализ двух инвестиционных проектов различной продолжительности с целью выбора оптимального при следующих условиях: проект 1 (тыс. грн.): - 80, 50, 70; проект 2 (тыс. грн.): - 80, 30, 40, 60; цена капитала составляет 19% (0,19).

Математическая модель выбора оптимального по критерию чистого приведенного эффекта инвестиционного проекта по ограниченной совокупности реальных не альтернативных проектов соответствует такой формуле:

$$L_j = \sum_{i=1}^n \frac{NPV_j(i)}{(1+r)^i} \quad (3.31)$$

где L_j – целевая функция, характеризующая чистый приведенный эффект по j -ому инвестиционному проекту; $j = \overline{1, k}$; k – количество сравниваемых реально не альтернативных инвестиционных проектов; $NPV_j(i)$ – чистый приведенный эффект по j -ому проекту; i – период времени реализации проекта; r – коэффициент дисконтирования в долях единицы (цена капитала) [106, с. 279].

Показатель чистого приведенного эффекта рассчитывается по следующей базовой формуле:

$$NPV = -JС + \sum_{k=1}^n \frac{P_k}{(1+i)^k} \quad (3.32)$$

где $JС$ – размер исходной инвестиции; n – период времени генерирования годовых доходов; P_k – элемент денежного потока k -го года реализации проекта [106, с. 262].

Оптимальным, или лучшим среди выбранной для анализа совокупности не альтернативных реальных инвестиционных проектов будет тот инвестиционный проект, которому будет соответствовать максимальное численное значение выбранной целевой функции.

Для расчета денежных потоков по каждому инвестиционному проекту нужно использовать такую исходную информацию: выручка от реализации продукции; текущие расходы предприятия; инвестиционные расходы, которые включают в себя инвестиции в постоянные активы и формирование оборотного капитала; источники и условия финансирования. Дополнительной исходной информацией является: объем финансовых средств предприятия, выделенных руководством на его развитие; коэффициент дисконтирования, утвержденный руководством предприятия; стоимость закупаемого оборудования; количество единиц необходимого оборудования; величина амортизационных отчислений; планируемые объемы производства продукции по годам; текущие затраты на единицу продукции (себестоимость).

Последовательность выполнения процедуры выбора оптимального инвестиционного проекта из нескольких представлена схемой алгоритма (рис. 3.5).

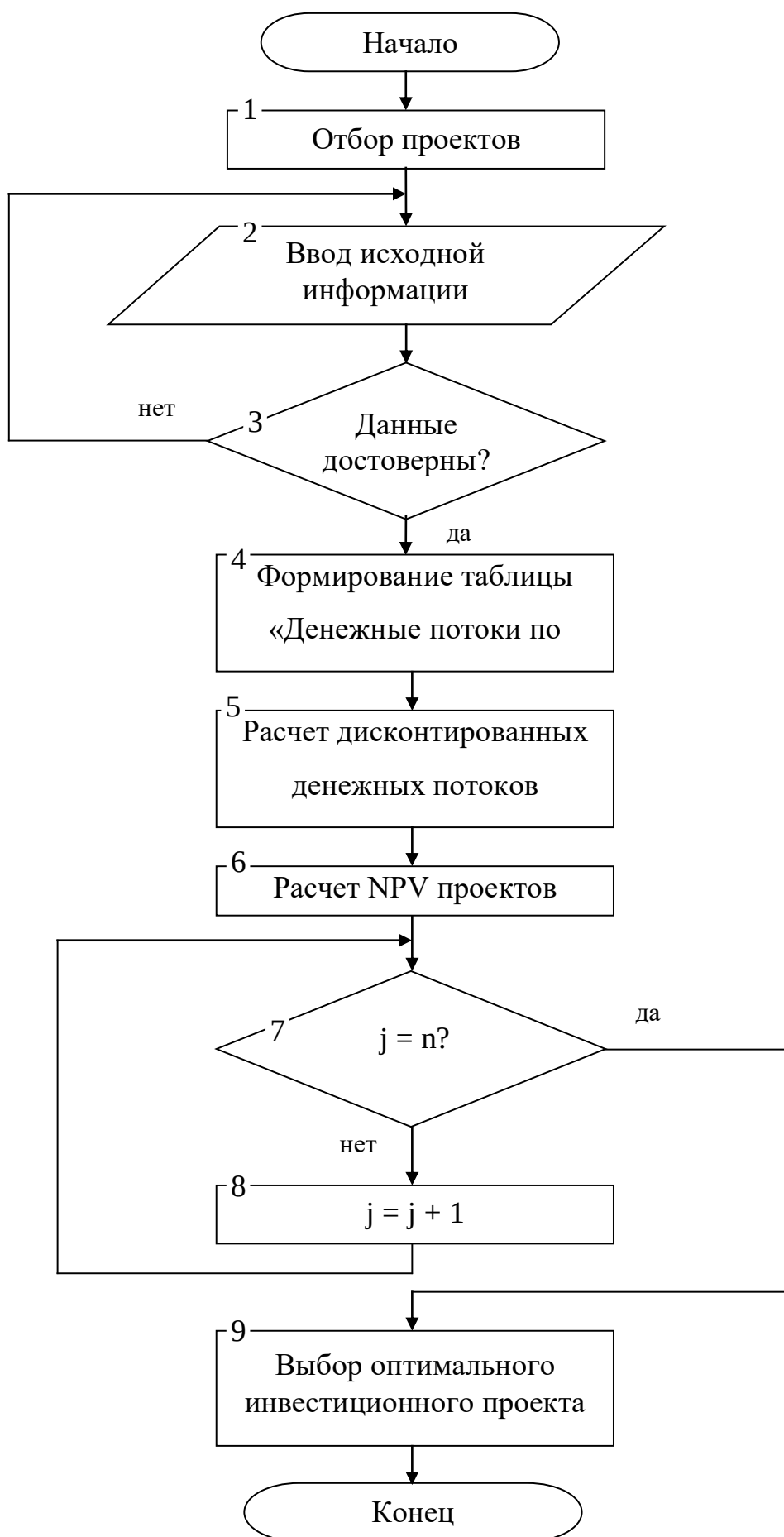


Рисунок 3.5 – Схема алгоритма решения задачи

Как видно, в первом блоке предусмотрен выбор реальных инвестиционных проектов, которые имеют разную продолжительность реализации, что соответствует условиям постановки задачи. Во втором блоке происходит ввод исходной информации, то есть всех данных, необходимых для решения поставленной задачи. Независимо от методической корректности проведенных расчетов, выбора программных средств, квалификации и личного опыта исполнителя, коммерческая оценка инвестиционных проектов напрямую зависит от качества исходных данных и не может быть надежнее их. Поэтому в третьем блоке происходит анализ информации с целью подтверждения достоверности данных.

Если входная информация соответствует необходимым требованиям по перечню, значительности, форме записи (визуальный контроль), то предусмотрен переход к четвертому блоку. Если входная информация не соответствует необходимым требованиям осуществляется возврат ко второму блоку.

Формирование таблицы «Денежные потоки по инвестиционным проектам» происходит в четвертом блоке. Расчет дисконтированных денежных потоков по альтернативным проектам осуществляется в пятом блоке.

В соответствии с выбранным методом и экономико-математической модели в шестом блоке предусмотрено проведение расчета показателя чистого приведенного эффекта по каждому выбранному для анализа проекту. В седьмом логическом блоке осуществляется проверка, проведен ли расчет чистого приведенного эффекта по всем выбранным инвестиционным проектам. Восьмой блок является счетчиком, где n определяет количество инвестиционных проектов, которые оцениваются. Сравнительный анализ реальных не альтернативных инвестиционных проектов с целью выбора оптимального из них по выбранному критерию $\max NPV$ осуществляется в девятом блоке. Полученные результаты проведенных расчетов позволяют принять обоснованное инвестиционное решение.

Для определения численного значения целевой функции (см. формулу 3.31), во-первых, необходимо рассчитать значение NPV для каждого из двух сравниваемых реальных не альтернативных инвестиционных проектов по базовой формуле 3.32.

Численные значения чистого приведенного эффекта по проекту 1 и проекту 2 соответственно равны:

$$NPV_1 = -80 + \frac{50}{1,19} + \frac{70}{1,19^2} = -80 + 91,42 = 11,42 \text{ тыс.грн.}$$

$$NPV_2 = -80 + \frac{30}{1,19} + \frac{40}{1,19^2} + \frac{60}{1,19^3} = -80 + 25,24 + 28,24 + 35,58 = 9,06 \text{ тыс.грн.}$$

Далее по формуле 3.31 рассчитаем численные значения показателя чистого приведенного эффекта с учетом не альтернативности инвестиционных проектов. Полученные численные значения целевой функции по проекту 1 и проекту 2 соответственно равны:

$$L_1 = 11,42 \cdot \frac{1,19^2}{1,19^2 - 1} = 11,42 \cdot 3,40 = 38,96 \text{ тыс.грн.};$$

$$L_2 = 9,02 \cdot \frac{1,19^3}{1,19^3 - 1} = 9,06 \cdot 2,46 = 22,29 \text{ тыс.грн.}$$

По результатам сравнительного анализа численных значений целевых функций по двум не альтернативным инвестиционным проектам можно сделать вывод, что оптимальным в соответствии с выбранным критерием оптимальности является первый инвестиционный проект, потому что $L_2 < L_1$ на 16,67 тыс. грн.

Работникам предприятия – специалистам в сфере инвестирования надо иметь в виду, что при выборе лучшего инвестиционного проекта по некоторой совокупности проектов при условии их альтернативности, обязательно необходимо прежде всего рассчитать показатель NPV приведенных денежных потоков. Далее рассчитать наименьшее общее кратное, которое в данном случае будет равняться 6. После этого для

каждого из двух сравниваемых проектов рассчитывается численное значение показателя NPV с учетом того, что в течении рассчитанного периода (6 лет) проект 1 может быть повторен трижды, а проект 2 – только дважды. Использование формулы (3.32) для расчета чистого приведенного эффекта в случае альтернативности инвестиционных проектов является методической ошибкой.

3.7. Методические подходы к формированию оптимального инвестиционного портфеля инвестора

Основой развития экономики страны является широкое использование достижений научно-технического прогресса, что требует вложения инвестиций в реальный сектор экономики. Эффективная деятельность отечественных предприятий – товаропроизводителей в перспективе, обеспечение высоких темпов их развития и повышение конкурентоспособности в условиях рыночной экономики в значительной степени определяются уровнем их инвестиционной активности и диапазоном инвестиционной деятельности.

Одним из главных путей укрепления экономики предприятий является широкое внедрение реальных инвестиционных проектов. Комплекс вопросов, связанных с осуществлением инвестиционной деятельности предприятия, требует принятия решений в сфере отбора наиболее эффективных реальных инвестиционных проектов с целью формирования оптимальной инвестиционной программы предприятия в условиях конкретных финансовых ограничений по капитальному бюджету данного предприятия.

Формирование для предприятия-инвестора оптимального инвестиционного портфеля, то есть оптимальной совокупности

инвестиционных проектов, нацелено на обеспечение реализации инвестиционной стратегии предприятия путем отбора наиболее прибыльных, эффективных и безопасных реальных инвестиций при ограниченности финансовых ресурсов данного субъекта предпринимательства.

Достижение цели по обеспечению высоких темпов роста капитала направлено на повышение эффективности деятельности предприятия в долгосрочной перспективе. Формирование оптимального инвестиционного портфеля предприятия является формой реализации его инвестиционной программы в среднесрочной перспективе.

Формирование оптимального инвестиционного портфеля предприятия базируется на использовании соответствующей информации относительно: инвестиционного спроса на продукцию предприятия; оценки размера альтернативных инвестиций, требующих соответствующие проекты; оценки возможных источников финансирования инвестиций; утвержденного капитального бюджета предприятия; оценки будущих денежных поступлений от реализации совокупности проектов. При этом можно рассматривать сложные, динамические задачи, которые требуют оптимизации распределения инвестиций. Наиболее типичная инвестиционная ситуация связана с формированием инвестиционного портфеля предприятия, в состав которого должны войти такие инвестиционные проекты, которые будут отвечать выбранному критерию развития предприятия.

Рассмотрим методику формирования оптимального инвестиционного портфеля, суть которой заключается в следующем. Есть несколько взаимно независимых j -ых реальных инвестиций – инвестиционных проектов с суммарным объемом необходимых инвестиционных ресурсов (инвестиций), что превышает финансовые ресурсы (капитальный бюджет), которые руководство предприятия выделило на цели его развития. Общая сумма необходимых финансовых ресурсов на конкретный период ограничена

сверху размером капитального бюджета. Нужно составить оптимальную совокупность инвестиционных проектов, то есть инвестиционный портфель, который бы максимизировал суммарный возможный прирост капитала.

При формировании оптимальной совокупности проектов рекомендуется воспользоваться правилом Парето [107]. Однако применение этого метода часто дает больше выигрышных значений, чем это необходимо.

В таких случаях применяют более строгое правило выбора – правило (метод) выбора Борда. Согласно этому правилу проекты ранжируются по каждому показателю в порядке убывания с присвоением им соответствующих значений ранга, затем подсчитывается сумма рангов. Лучшими являются проекты с максимальным значением суммарного ранга [107, С. 388-391].

Рассмотрим использование этого метода. Введем такие обозначения: СВ – лимит капитального бюджета предприятия; n – продолжительность реализации инвестиционного проекта; IC_j – размер необходимых начальных инвестиций по каждому j -ому инвестиционному проекту, $j = (1; m)$; m – количество независимых альтернативных инвестиционных проектов, которые анализируются с целью формирования оптимального инвестиционного портфеля предприятия; r – коэффициент дисконтирования R_{ij} – ранг j -го объекта инвестирования по i -ому показателю оценки эффективности инвестиционных проектов, $i = (1; l)$; l – количество показателей оценки экономической эффективности по каждому инвестиционному проекту; q – количество проектов, которые вошли в сформированный оптимальный инвестиционный портфель; P_{kj} – сальдо денежного потока k -го года реализации j -го инвестиционного проекта, $k=(1;n)$; n – период реализации альтернативных проектов; $\overline{PN}_j$ – среднегодовая чистая прибыль по j -ому инвестиционному проекту; RV_j – остаточная стоимость j -го инвестиционного проекта; X_j – потенциальный j -ый инвестиционный проект, участвующий в формировании оптимального инвестиционного портфеля.

Для формирования инвестиционного портфеля в соответствии с методом Борда прежде всего необходимо рассчитать основные показатели оценки экономической эффективности по всем потенциальным альтернативным инвестиционным проектам с использованием определенных формул [108-110].

Чистый приведенный эффект (NPV_j) по j -ому инвестиционному проекту определяется по формуле:

$$NPV_j = IC_j + \sum_{k=1}^n \frac{P_{kj}}{(1+r)^k} . \quad (3.33)$$

Индекс рентабельности (PI_j) по j -ому инвестиционному проекту рассчитывается по формуле:

$$PI_j = \frac{\sum_{k=1}^n \frac{P_{kj}}{(1+r)^k}}{IC_j} . \quad (3.34)$$

Внутренняя норма рентабельности (IRR_j) по j -ому инвестиционному проекту определяется исходя из условия:

$$IRR_j = n , \quad (3.35)$$

при котором $NPN_j = f(r) = 0$.

При этом расчет IRR_j ведется по формуле:

$$IRR_j = r_1 + \frac{f(r_1)}{f(r_1) - f(r_2)} (r_2 - r_1) . \quad (3.36)$$

Срок окупаемости инвестиций j -го инвестиционного проекта – PP_j рассчитывается по формуле:

$$PP_j = n, \quad (3.37)$$

при котором $\sum_{k=1}^n P_{kj} \geq IC_j$.

Коэффициент рентабельности инвестиций (ARR_j) по j -ому инвестиционному проекту определяется по формуле:

$$ARR_j = \frac{\overline{PN_j}}{0,5(IC_j - RV_j)} 100\% . \quad (3.38)$$

Затем необходимо осуществить с каждым оцениваемым параметром (показателем) обратное ранжирование всех j -ых инвестиционных проектов. Для каждого j -го инвестиционного проекта необходимо рассчитать сумму ранга – N_j .

В инвестиционный портфель поочередно включаются объекты инвестирования по критерию «максимум суммы ранга» с последующей проверкой соответствия объема необходимых начальных инвестиций лимитированному объему капитального бюджета предприятия.

Экономико-математическая модель по оптимизации инвестиционного портфеля предприятия можно представить в виде целевой функции (3.39) и системы ограничений (3.40):

$$L = \sum_{i=1}^l R_{ij} \cdot X_j \rightarrow \max, \quad (3.39)$$

$$\begin{aligned} G : & \left\{ \sum_{j=1}^m IC_j \leq CB; j = \overline{(1, m)}; i = \overline{(1, l)}; \right. \\ & IC_j \leq CB; \\ & X_j > 0; \\ & \left. \sum_{i=1}^l R_{ij} \in R \right\}, \end{aligned} \quad (3.40)$$

где L – целевая функция; G – область ограничения; K_{ij} – ранг j -го инвестиционного проекта по i -ому показателю оценки экономической эффективности проектов; R – область целых положительных действительных чисел.

Реализация процесса формирования оптимального инвестиционного портфеля компании-инвестора осуществляется в соответствии алгоритмом, схема которого приведена на рис. 3.6.

В блоке 1 формируется совокупность исходных данных. В блоке 2 осуществляется ввод этих данных в ПК.

В блоке 3 по каждому j -ому инвестиционному проекту рассчитываются следующие показатели: NPV_j , PI_j , IRR_j , PP_j , ARR_j . В блоке 4 формируется табл. 3.11, содержащая результаты предыдущих расчетов, необходимых для дальнейшего решения задачи. При этом каждому рассматриваемому инвестиционному проекту присваивается условное обозначение для упрощения промежуточных записей (кодирование).

Таблица 3.11 – Значения показателей эффективности инвестиционных проектов

Условное обозначение инвестиционного проекта	Значение показателя по инвестиционному проекту				
	NPV, тыс. грн.	PI	IRR, %	PP, год	ARR, %
Проект А	х	х	х	х	х
Проект Б	х	х	х	х	х
Проект В	х	х	х	х	х
Проект Г	х	х	х	х	х
Проект Д	х	х	х	х	х

х – численное значение показателя.



Рисунок 3.6 – Схема алгоритма формирования оптимального инвестиционного портфеля предприятия-инвестора

В блоке 5 предусмотрено проведение процедуры обратного ранжирования каждого инвестиционного проекта по каждому показателю оценки. Первое место (ранг 1) присваивается инвестиционному проекту, имеющему худшее значение показателя, то есть минимальное значение по таким показателям оценки, как NPV, PI, IRR, ARR и максимальное значение – по показателю PP. Результаты обратного ранжирования заносятся в табл. 3.12, формирование которой предусмотрено в блоке 6.

Таблица 3.12 – Результаты обратного ранжирования инвестиционных проектов

Ранг инвестиционного проекта	Ранг инвестиционного проекта по показателям эффективности				
	NPV	PI	IRR	PP	ARR
5	x	x	x	x	x
4	x	x	x	x	x
3	x	x	x	x	x
2	x	x	x	x	x
1	x	x	x	x	x

x- условное обозначение инвестиционного проекта.

После установления рангов по каждому инвестиционному проекту по каждому показателю оценки (блок 7) формируется таблица «Ранги инвестиционных проектов», (блок 8), образец которой приведен в табл. 3.13.

Таблица 3.13 - Расчет рангов инвестиционных проектов

Условное обозначение инвестиционного проекта	Ранг инвестиционного проекта по показателям экономической эффективности					Сумма рангов проекта
	NPV	PI	IRR	PP	ARR	
Проект А	x	x	x	x	x	xx
Проект Б	x	x	x	x	x	xx
Проект В	x	x	x	x	x	xx
Проект Г	x	x	x	x	x	xx
Проект Д	x	x	x	x	x	xx

x – численное значение ранга проекта по каждому показателю,

xx – численное значение суммы рангов каждого инвестиционного проекта.

В блоке 9 предусмотрено формирование набора реальных инвестиций – инвестиционных объектов. Критерием отбора проекта является максимум суммарного ранга, который определяется путем расчета суммы рангов по каждому инвестиционному объекту по каждому показателю оценки. После каждого шага включения следующего проекта в инвестиционный портфель необходимо сравнить суммарный объем необходимых инвестиций с размером капитального бюджета предприятия (блок 10). При выполнении условия логического блока 10 происходит наращивание инвестиционного портфеля за счет включения следующего (j+1)-го проекта (блок 11). В блоке 12 рассчитывается суммарный NPV_{Σ} портфеля по формуле:

$$NPV_{\Sigma} = \sum_{j=1}^q NPV_j. \quad (3.41)$$

В блоке 13 формируется оптимальный инвестиционный портфель предприятия в формате табл. 3.14 с выдачей соответствующего отчета.

Таблица 3.14 – Оптимальный инвестиционный портфель предприятия

№ п/п	Инвестиционный проект	Размер необходимой инвестиции, тыс.	Чистый приведенный эффект, тыс.
1.	Проект Б	36,2	60,0
2.	Проект В	12,6	56,0
Опт инвестиционный портфель	проект Б+проект В	48,8 < 50,0	116,0

Таким образом, сформирована совокупность инвестиционных проектов, которая является оптимальной по критерию чистого приведенного эффекта. При заданном объеме капитального бюджета в размере 50,00 тыс. грн. оптимальный инвестиционный портфель компании сформирован из инвестиционных проектов Б и В. Размер суммы их начальных инвестиций

составил 48,80 тыс. грн., что не превышает заданный размер капитального бюджета в сумме 50,00 тыс. грн. Именно комбинация этих двух инвестиционных проектов обеспечивает максимальное значение обобщенного показателя экономической эффективности инвестиционных проектов – чистого приведенного эффекта в размере 116,00 тыс. грн.

Литература к 3 разделу

1. Жизненный цикл инвестиционного проекта [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.intuit.ru/studies/courses/2302/.../. – Загл. с экрана.
2. Управління проектами : навч. посіб. / Л. М. Логачова, О. В. Логачова. – Суми : Унів. кн., 2011. – 208 с.
3. Жизненный цикл инвестиционного проекта [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.lektsii.net/1-172033.html. – Загл. с экрана.
4. Маркетинговое исследование – Википедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://ru.wikipedia.org/.../>. – Загл. с экрана.
5. «Марктика» – методы маркетингового анализа [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.marktika.ru/test.htm. – Загл. с экрана.
6. Методы анализа маркетинговой деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [www.marketing.spb.ru/lib.../analysis_meths.ht....](http://www.marketing.spb.ru/lib.../analysis_meths.ht...) – Загл. с экрана.
7. Управління проектами : навч. посіб. / Г. М. Калач; Держ. податк. адмін. України, Нац. ун-т ДПС України. – Ірпінь, 2010. – 333 с.
8. Бланк, И. А. Инвестиционный менеджмент /. – Киев : Эльга-Н, Ника-Центр, 2002. – 286 с.
9. Бурковець, О. С. Підвищення інвестиційної привабливості промислових підприємств : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.02 /

Східноукраїнський національний університет ім. Володимира Даля. – Луганськ, 2006. – 20 с.

10. Деренська, Я. М. Оцінка інвестиційної привабливості виробничих ланок промисловості / Я. М. Деренська // Вестн. Харьк. политехн. ун-та. Техн. прогресс и эффективность пр-ва. – 1999. – № 27. – С. 96–101.

11. Жидкова, Н. П. Оцінка інвестиційної привабливості підприємства / Н. П. Жидкова // Стан і проблеми трансформації фінансів та економіки регіонів у перехідний період. – 2005. – С. 132–134.

12. Коюда, О. П. Інвестиційна привабливість підприємства в умовах трансформації економіки : автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.06.01 / Харківський державний економічний університет. – Харків, 2003. – 20 с.

13. Макарій, Н. Оцінка інвестиційної привабливості українських підприємств / Н. Макарій // Економіст. – 2001. – № 10. – С. 52–60

14. Мешков, А. В. Оцінка і підвищення інвестиційної привабливості підприємств : автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.06.01 / Донецький державний університет економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського. – Донецьк, 2004. – 20 с.

15. Покатаєва, К. П. Методичний підхід до інтегральної рейтингової оцінки інвестиційної привабливості підприємства на основі факторного аналізу / К. П. Покатаєва // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків : НТУ «ХПІ». – 2007. – № 14. – С. 57–69.

16. Седеков, А. А. Инвестиционная привлекательность предприятия (методология и методика оценки) : монография / А. А. Седеков, Н. А. Лисова. – Донецк : ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2001. – 272 с.

17. Федорова, Ю. В. Економічна привабливість потенційного учасника промислово-фінансової групи : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Національний технічний університет «ХПІ» . – Харків, 2009. – 20 с.

18. Юхимчик, С. В. Матрична модель оцінки інвестиційної привабливості промислових підприємств / С. В. Юхимчук, С. Д. Супрун // Фінанси України. – 2003. – № 1. – С. 3–12.

19. Данилин, В. Н. Методы оценки инвестиционной привлекательности хозяйственных субъектов / В. Н. Данилин, С. В. Исаева // Вестник ХГТУ. – 2000. – № 3 (9). – С. 26–29.

20. Лисенко, М. Д. Комплексна оцінка інвестиційної привабливості підприємств як суб'єктів регіональних галузевих економічних відносин : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01 / Харківський державний економічний університет. – Харків, 2003. – 20 с.

21. Ковалев, В. В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности / В. В. Ковалев. – М. : Финансы и статистики, 1996. – 432 с.

22. Хобта, В. М. Порівняльна оцінка методів визначення інвестиційної привабливості підприємств / В. М. Хобта, А. В. Мешков // Економіка : проблеми теорії та практики. Зб. наук. праць. Випуск 182 : В 3 т. Том II. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2003. – С. 284–293.

23. Малова, Т. Л. Розвиток методичних засад рейтингової оцінки інвестиційної привабливості акціонерних підприємств / Т. Л. Малова, Л. С. Селівестрова // Актуальні проблеми економіки. – 2003. – № 15. – С. 40–43.

24. Білик, М. С. Порівняльний аналіз інвестиційної привабливості промислових підприємств з використанням методів сучасного факторного аналізу / М. С. Білий, Р. М. Бойчук // Менеджмент та підприємництво в Україні : етапи становлення та розвитку. Вісник НУ «Львівська політехніка». – 2002. – Вип. № 466. – С. 239–249.

25. Соколова, Л. В. Дослідження моделей оцінки інвестиційної привабливості енергозбутових підприємств / Л. В. Соколова, В. В. Кирій, О. Є. Соколов // Вісник ХНПУ «ХП», 2006. – № 13 (1). – С. 8–13.

26. Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій : Затверджено наказом Агентства з питань запобігання банкрутству підприємств та організацій № 22 від 23.02.98 р. // Державний інформаційний бюлетень про приватизацію. – 1998. – № 7. – С. 18–28.

27. Стирський, М. В. Методичні аспекти оцінки інвестиційної привабливості ринку акцій / М. В. Стирський // Фінанси України. – 2002. – № 2. – С. 131–137.

28. Редькін, О. С. Методичні засади фінансової діагностики та оцінки інвестиційної привабливості / О. С. Редькін, Н. А. Хрущ // Вісник Технологічного університету Поділля. – 1999. – № 4. – С. 85–86.

29. Турчановський, А. О. Стан та перспективи розвитку переробних підприємств олійно-жирового підкомплексу АПК / А. О. Турчановський // Збірник наукових праць ВНАУ. Серія : Економічні науки. – 2013. – № 2 (77). – С. 113–122.

30. Гайдучий, А. П. Оцінка інвестиційної привабливості економіки / А.П. Гайдучий // Економіка і прогнозування. – 2004. – № 3. – С. 119–128.

31. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – СПб. : Питер, 2008. – 816 с.

32. Войчак, А. В. Маркетинговий менеджмент : підручник / А. В. Войчак. – К. : КНЕУ, 1998. – 268 с.

33. Телетов, О. С. Оцінка ефективності маркетингової діяльності промислового підприємства / О. С. Телетов // Вісник НУ «Львівська політехніка». Логістика. – Львів : Вид-во НУ «Львівська політехніка». – 2003. – № 469. – С. 506 – 510.

34. Гаркавенко, С. С. Маркетинг : підручник / С. С. Гаркавенко. – К. : Лібра, 2004. – 712 с.

35. Райко Д. В. Економічна оцінка споживацької привабливості інноваційних товарів : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 23.04.03 / Д. В.

Райко ; [Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»]. – Х., 2003. – 21 с.

36. Завьялов, Ф. Н. Ранговая оценка конкурентоспособности массового потребительского товара (на примере рынка хлебобулочных изделий) / Ф. Н. Завьялов, О. В. Каплина, Д. А. Зайченко // Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. – № 3 (47). – С. 90-103.

37. Барабась, Д. О. Узагальнення підходів до визначення конкурентоспроможності продукції / Д. О. Барабась // Управление занятостью в условиях трансформации экономики Украины. Современная экономическая наука и образование в Украине: теория, методология, практика. Сборник научных трудов. Приложение № 1 (16) к научному журналу «Персонал», № 5(65) – Київ, 2001. – с. 176.

38. Караван, С. І. Основні складові оцінки інвестиційної привабливості промислових підприємств [Електронний ресурс] / С. І. Караван. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com /5_SWMN_2012/Economics/10_101386.doc.htm. – Назва з екрану.

39. Оценка относительной привлекательности товара (услуги) [Электронный ресурс] / Маркетинговые и инвестиционные проекты. – Режим доступа : <http://www.mipr.ru/file s/research/ ProductEvaluator.pdf>. – Загл с экрана.

40. Как оценить привлекательность марки для потребителя [Электронный ресурс] / Режим доступа : <http://prostosales.com.ua/personal-sales/kak-ocenit-privlekatelnost-marki-dlya-potrebitelya.html>. – Загл с экрана.

41. Саати, Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий: Tomas Saaty. The Analytic Hierarchy Process : Пер. с англ. Р. Г. Вачнадзе. – М. : Радио и связь, 1993. – 315 с.

42. Примак, Т. О. Маркетинг : навч. посіб. / Т. О. Примак. – К. : МАУП, 2001. – 200 с.

43. Фатхутдинов, Р. А. Стратегический маркетинг : учеб. / Р.А. Фатхутдинов – М. : ЗАО «Бизнес-школа», «Интел-синтез», 2000. – 640 с.

44. Оберемчук, В. Ф. Стратегія підприємства / В. Ф. Оберемчук. – К. : МАУП, 2000. – 128 с.
45. Липчук, В. В. Маркетинг : основи теорії та практики : навч. посіб. В. В. Липчук, Р. П. Дудяк, С. Я. Бугіль ; за заг. ред. В. В. Липчука. – Львів : «Магнолія плюс», 2006. – 288 с.
46. Соловьев, Б. А. Управление маркетингом. Модуль 13 / Б. А. Соловьев. – М. : ИНФРА – М, 2000. – 288 с.
47. Маркетинг / под ред. А. Н. Романова. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1996. – 558 с.
48. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент : пер. с англ. О. А Третьяк, Л. А. Волковой, Ю. Н. Каптуревского. – СПб. : Питер Ком, 1999. – 896 с.
49. Соколова, Л. В. Адаптация предприятий к условиям рынка : моногр. / Л. В. Соколова. – Харьков : ФОРТ, 1996. – 246 с.
50. Соколова, Л. В. Аналіз науково-методического обеспечения оценки конкурентоспособности товара / Л. В. Соколова, С. П. Оксененко, Т. Р. Спевакова // Вісник Національного технічного університету «ХП». Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків: НТУ «ХП», 2008. – № 20. – С. 118 – 126.
51. Моисеева, Н. К. Международный маркетинг : учеб. пособ. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1998. – 509 с.
52. Маркетинг во внешнеэкономической деятельности предприятия – М. : Внешнеторгиздат, 1989. – 152 с.
53. Соколова, Л. В. Конкурентоспособность предприятия в условиях рынка / Л. В. Соколова. – Харьков : ХГА, 1995. – 67 с.
54. Иванова, О. А. Показатели конкурентоспособности промышленной продукции и критерии её оценки / О. А. Иванова // Вестн. Харьк. политехн. ун-та. Техн. прогресс и эффективность пр-ва. – 1996. – № 17. – С. 21 – 23.
55. Гаркавенко, С. С. Інновації як стратегія підвищення конкурентоспроможності фірми в умовах монополістичної конкуренції [Електронний ресурс] / С. С. Гаркавенко // Збірник тез доповідей VI

Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу» (27-29 вересня 2012 року). – Суми : ТОВ «ДД «Папірус», 2012. – С. 35-37.

56. Жовковська, Т. Методика оцінювання впливу інновацій на конкурентоспроможність промислового виробництва / Т. Жовковська // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2012. – Вип. 1 (6). – С. 210-216.

57. Коюда, В. О. Інноваційна діяльність підприємства та оцінка її ефективності : монографія / В. О. Коюда, Л. А. Лисенко. – Х. : ФОП Павленко О. Г., ВД «ІНЖЕК», 2010. – 224 с.

58. Яшева Г. А. Эффективность маркетинга: методика, оценки и результаты / Г. А. Яшева. – Режим доступа: <http://www.cfin.ru/press/practical/2003-08/02.shtml>. – Загл. с экрана.

59. Тенденции и перспективы развития маркетинга в современных условиях : монография / Е.В. Ромат, Н.В. Попова, И.Г. Андреева и др. ; под общей ред. Е.В. Ромата, Н.В. Поповой. – К. – Х. : ХНДАУ, 2013. – 436 с.

60. Маркетинг. Менеджмент. Інновації : монографія / за ред. д.е.н., проф. С. М. Ілляшенка. – Суми : ТОВ «Друкарський дім «Папірус», 2010. – 621 с.

61. Ахметзянов, И. Р. Анализ инвестиций: методы оценки эффективности финансовых вложений / И. Р. Ахметзянов; под ред. д.э.н. Г. А. Маховиковой. – М. : Эксмо, 2007. – 272 с.

62. Беренс, В. Руководство по оценке эффективности инвестиций / В. Беренс, П. М. Хавранек. – М. : АОЗТ «Интерэксперт», «ИНФРА-М», 1999. – 528 с.

63. Ковалев, В. В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности / В. В. Ковалев : 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 512 с.

64. Коюда, П. М. Ефективність інноваційної діяльності підприємств : теорія та практика : монографія / П. М. Коюда, І. А. Шейко. – Х. : ТОВ «Компанія СМІТ», 2013. – 332 с.

65. Крамской, Д. Ю. Методы оценки экономической эффективности инновационных проектов / Д. Ю. Крамской // Вестник Национального технического университета «Харьковский политехнический институт». Технический прогресс и эффективность производства. – Харьков : НТУ «ХПИ». – 2008. – № 20 (1). – С. 227–233.

66. Кузьменко, В. Создание новых товаров. Комплексная оценка инноваций / В. Кузьменко // Лаборатория рекламы, маркетинга и public relations. – 2003. – № 6. – С. 20-23.

67. Нотовський, П. В. Оцінка ефективності інвестиційних проектів за методикою покрокового відбору / П. В. Нотовський // Вісник Дніпропетровського національного університету. Економіка : проблеми теорії та практика. – Дніпропетровськ : ДНУ. – 2008. – № 245 (IV). – С. 1055–1063.

68. Шейко, І. А. Оцінка ефективності інноваційного проекту при фінансуванні за рахунок прибутку / І. А. Шейко, О. В. Стороженко // Вісник НТУ «ХПІ» : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – 2011. – № 1. – С. 53– 62.

69. Яковлєв, А. І. Методика визначення ефективності інвестицій, інновацій, господарських рішень в сучасних умовах / А. І. Яковлєв. – Х. : Бізнес-Інформ, 2001. – 56 с.

70. Ястремська, О. М. Інвестиційна діяльність промислових підприємств : методологічні та методичні засади : наукове видання / О. М. Ястремська. – Х. : ХДЕУ, 2004. – 471 с.

71. Умеров, Р. Е. Принципи і методи оцінювання ефективності інноваційної діяльності малого та середнього бізнесу / Р. Е. Умеров // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 11. – С. 108–115.

72. Ванюшкин, А. С. Управление портфелями проектов на микро и на макроуровне : монография / А. С. Ванюшкин; Тавр. нац. ун-т им. В. И. Вернадского. – Симф. : ТНУ им. В. И. Вернадского, 2012. – 354 с.

73. Волков, В. П. Аналіз і оцінка ефективності реалізації складних проектів: монографія / В. П. Волков, І. Д. Павлов, Ф. І. Павлов; Держ. вищ. навч. закл. «Запоріж. нац. ун-т» М-ва освіти і науки, молоді та спорту України. – Запоріжжя : [б. в.], 2012. – 315 с.

74. Левицкий, С. И. Моделирование проектного управления сложными экономическими объектами : монография / С. И. Левицкий ; науч. ред. чл.-кор. НАН Украины, д-р экон. наук, проф. Ю. Г. Лысенко; Донец. нац. ун-т. – Донецк : Юго-Восток, 2012. – 339 с.

75. Методологические основы синтеза офисов по управлению программами и проектами : монография / Л. И. Нефёдов ; Харьк. нац. автомобил.-дорож. ун-т. – Х. : ХНАДУ, 2012. – 295 с.

76. Разумный, Ю. Т. Основы проектирования : монография / Ю. Т. Разумный, А. В. Рухлов ; Гос. вуз «Нац. горный ун-т». – Д. : НГУ, 2013. – 119 с.

77. Саинчук, А. А. Модели и методы использования аутсорсинга в управлении проектами : монография / А. А. Саинчук ; Одес. нац. мор. ун-т. – Одесса : ТЭС, 2015. – 175 с.

78. Сафронов, С. О. Проектний аналіз: інвестиційний аспект : монографія / С. О. Сафронов, Н. А. Караван ; Дніпродзержин. держ. техн. ун-т (ДДТУ). – Дніпродзержинськ : ДДТУ, 2013. – 187 с.

79. Федорович, О. Є. Наукові основи управління великомасштабними проектами та програмами розвитку машинобудування : монографія / О. Є. Федорович, В. М. Ілюшко, Е. Ю. Рубін ; Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського «Харків. авіац. ін-т». – Харків : ХАІ, 2015. – 199 с.

80. Бедрій, Д. І. Експертний метод оцінки ризиків наукових проектів / Д. І. Бедрій // Вост.-Европ. журн. передовых технологий. – 2013. – № 1/10. – С. 66–68.

81. Біляєва, К. О. Алгоритм формування бази методів для аналізу проекту / К. О. Біляєва, Н. А. Соколова, В. З. Лубяний // Вост.-Европ. журн. передовых технологий. – 2013. – № 1/10. – С. 151–153.

82. Глотов, Є. О. Реалізація методів імітаційного моделювання ризиків інвестиційних проектів засобами MS Excel / Є. О. Глотов, В. А. Череватенко // Бізнес Інформ. – 2014. – № 9. – С. 119–124.

83. Тюленєва, Ю. В. Реструктуризація як метод управління ризиками підприємства / Ю. В. Тюленєва // Пробл. науки. – 2013. – № 3. – С. 32–38.

84. Чернега, О. Аналіз ризиків в управлінні проектами / О. Чернега // Наук. вісн. [Одес. нац. екон. ун-т]. – 2015. – № 8. – С. 196–205.

85. Полозова, Т. В. Моніторинг проектних ризиків як складова системи управління інноваційно-інвестиційною спроможністю підприємства / Т. В. Полозова // Системи прийняття рішень в економіці, техніці та організаційних сферах: від теорії до практики: колективна монографія у 2 т. Т. 2. / за заг. ред. Савчук Л. М. / Павлоград: АРТ Синтез-Т, 2014. – С. 161–175.

86. Кокрен, У. Методы выборочного исследования / У. Кокрен. – М. : Статистика, 1976. – 440 с.

87. Гришко, С. В. Исследование потребительских предпочтений / С. В. Гришко // Бизнес Информ. – 1997. – № 23. – С. 72–75.

88. Іванілов, О. С. Економічні ризики у діяльності підприємств: сутність, методи оцінки, шляхи зниження / О. С. Іванілов / Economic efficiency of business in the conditions of unstable economy: Collective monograph – Aspekt Publishing, Taunton, MA, United States of America, 2015. – P. 65–83.

89. Бешелев, С. Д. Математико-статистические методы экспертных оценок / С. Д. Бешелев, Ф. Г. Гурвич. – М. : Статистика, 1980. – 263 с.

90. Система фінансового контролю в Україні: сучасний стан організації та перспективи розвитку : монографія / Л. В. Дікань, Ю. О. Голуб, Н. В. Синюгіна, Н. М. Шульга, Т. В. Мултанівська, Т. С. Воїнова; за заг. ред. проф. Дікань Л. В. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2010. – 96 с.

91. Румшинский, Л. З. Математическая обработка результатов эксперимента / Л. З. Румшинский. – М. : Главная редакция физико-математической литературы издательства «Наука», 1971. – 192 с.
92. Бронштейн, И. Н. Справочник по математике для инженеров и учащихся втузов / И. Н. Бронштейн, К. А. Семендяев. – М. : Наука, 1986. – 544 с.
93. Беренс, В. Пособие по оценке эффективности инвестиций / В. Беренс, П. Хавранек. – М. : АОЗТ «Интерэксперт», 1995. – 397 с.
94. Шарп, У. Ф. Инвестиции / Пер. с англ. / У.Ф. Шарп, Г. Дж. Александер, Дж. В. Бейтли. – М. : Инфра – М., 2003. – 456 с.
95. Чилій, О. В. Обґрунтування норми дисконту в оцінці інвестиційних проектів // Фінанси України. – 2001. – № 8. – С.112–116.
96. Бромвич, М. Анализ экономической эффективности капиталовложений / Пер. с англ. – М. : ИНФРА-М, 1996. – 432 с.
97. Крылов, Э. И. Анализ эффективности инвестиционной и инновационной деятельности предприятия : учебное пособие / Э. И. Крылов, И. В. Журавкова. – М. : Финансы и статистика, 2007. – 384 с.
98. Мелкунов, Я. С. Экономическая оценка эффективности инвестиций и финансирование инвестиционных проектов / Я. С. Мелкунов. – М. : ИКЦ «ДИС», 2006. – 160 с.
99. Холт Роберт Н. Планирование инвестиций : пер. с англ. / Н. Роберт Холт, Б. Сет Барнес. – М. : Дело ЛТД, 1994. – 120 с.
100. Виленский, П. Л. Как рассчитать эффективность инвестиционного проекта / П. Л. Виленский, С. А. Смоляк. – М. : Информэлектро, 2006. – 217 с.
101. Інноваційна стратегія українських реформ / А. С. Гальчинський, В. М. Геєць, А. К. Кінах, В. П. Семиноженко. – К. : Знання України, 2002. – 336 с.
103. Семиноженко, В. П. Інноваційна стратегія українських реформ / В. П. Семиноженко // Урядовий кур'єр. – 2002. – № 149. – С. 5.

104. Сиволап, А. В. Многокритериальный поход к выбору оптимального инвестиционного проекта / А. В. Сиволап // Экономика и управление. – 2010. – № 1. – С. 83–90;
105. Ванеева, И. В. Методы оценки инвестиционных проектов / И. В. Ванеева, А. В. Сиволап // Экономика и управление. – 2008. – № 5. – С. 7–13.
106. Ковалев, В. В. Финансовый анализ : Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности / В. В. Ковалев. – М. : Финансы и статистика, 1998. – 512 с.
107. Управление инвестициями / В. В. Шеремет, В. М. Павлюченко, В. Д. Шапиро и др. – М. : Высшая школа, 1998. – Т. 2. – 512 с.
108. Оценка инвестиционного портфеля [Электронный ресурс] – Режим доступа : www.globfin.ru/articles/finance/osenka.htm. – Загл. с экрана.
109. Метод Борда – Википедия [Электронный ресурс] – Режим доступа : https://ru.wikipedia.org/wiki/Метод_Борда. – Загл. с экрана.
110. Акулов, В. Б. Финансовый менеджмент / В. Б. Акулов. – М. : Флинта : МПСИ, 2007. – 264 с.

4. БИЗНЕС-ПЛАН ПРОЕКТА РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Бизнес-планирование определяет построение логической последовательности основных функциональных видов деятельности промышленного предприятия, определение его целей предприятия и разработку планов по их достижению. В условиях рынка планирование превращается в непрерывный процесс, который направлен на соответствие действий предприятия быстро изменяющейся внешней среде. Основная задача бизнес-плана предприятия заключается в поиске и использовании различных возможностей, которые позволят предприятию укрепить свои позиции на рынке и выиграть конкурентную борьбу.

Планирование состоит из двух частей – стратегического планирования и плана маркетинга. План маркетинга составляется для каждого подразделения предприятия, охватывает планы для отдельных продуктовых линий, отдельных продуктов и отдельных рынков. При разработке плана маркетинга следует помнить, что он должен быть согласованным с другими планами предприятия и соответствовать его главной цели.

Эффективное бизнес-планирование предприятия базируется на соблюдении ряда принципов, а именно: системный подход, требующий комплексного изучения процесса управления как единого целого с позиций системного анализа и означает учет взаимосвязей всех элементов системы управления эффективностью и конкурентоспособностью; преемственность планов, требует определенной последовательности их выполнения, адресность планов, требует заниматься планированием того персонала, который будет воплощать в жизнь разработанные планы развития предприятия; согласованность планов, определяет соблюдение принципов современных решений; лаконичность планов и их сосредоточенность на главных факторах внешней среды и основных аспектах рыночной деятельности предприятия.

Исходя из основной цели функционирования предприятия в условиях неопределенности бизнес-среды, суть которой заключается в приведении предприятия к такому состоянию, при котором оно может в достаточной мере использовать свои конкурентные преимущества в течение длительного времени, основными задачами бизнес-планирования являются: обеспечение конкурентных преимуществ предприятия по сравнению с конкурирующими предприятиями на данном рынке сбыта; обеспечение финансовой устойчивости предприятий и запланированного уровня рентабельности капитала; реализация выбранной стратегии и тактики маркетинга на конкретных товарных рынках; создание стабильных рабочих мест; повышение уровня конкурентоспособности предприятия и производимых им промышленных товаров.

Необходимым атрибутом стабильной деятельности предприятия в изменяющейся среде является бизнес-план его развития, который дает возможность представить весь комплекс задач по развитию и сам бизнес в конкретных мероприятиях, ориентированных на достижение выбранной цели: приспособление и выживание (первичная цель), стабильное развитие в будущем (вторичная цель).

Бизнес-план является одним из важнейших инструментов управления деятельностью предприятия в условиях неопределенности внешней среды [1-4]. Как показывает зарубежный опыт, успехи в мире бизнеса решающим образом зависят от трех составляющих: понимание общего состояния дел, объективной оценки перспектив функционирования в будущем, планирование процесса перехода из одного состояния в другое. Обеспечение жизнедеятельности предприятий, эффективности их функционирования в условиях меняющейся внешней и внутренней среды, изменения сложившихся стереотипов в использовании методов и форм планирования и управления деятельностью в условиях рынка возможно только путем реализаций комплекса мероприятий, обеспечивающих эффективность деятельности предприятия – субъекта хозяйствования на рынке.

Формирование рыночной среды, организация предпринимательской деятельности предприятий, создание конкурентоспособных товаропроизводителей в стране должно базироваться на разработке именно бизнес-планов их развития в условиях изменчивости, неопределенности и нестабильности внешней среды. Бизнес-план развития предприятия – это стратегически спланированные «шаги» компании на своем рынке. Стратегическое планирование же представляет собой одну из функций управления, которая представляет собой процесс выбора целей предприятия и путей их достижения. Стратегическое планирование обеспечивает основу для всех управленческих решений. Поэтому, большинство предприятий и организаций ориентированы на выработку стратегических бизнес-планов развития.

В соответствии с рекомендациями [5] модель развития предприятия состоит из пяти этапов:

- стадия планирования – предприятие находится в состоянии готовности к формулированию стратегии роста, то есть существует некоторое совмещение внешних условий и внутренних возможностей;
- начальная стадия – в течение этого этапа возникают и ликвидируются узкие места в процессах и структуре реализации конкретных проектов, которые не были предусмотрены в плане; растёт объём продаж, хотя дохода предприятие практически не получает;
- стадия проникновения – более глубокое проникновение на рынок и дополнительные усилия по увеличению темпов роста объёма продаж; при необходимости осуществляются приобретения и поглощения; долговременные программы предусматривают укрепляющие и развивающие действия по всем направлениям функционирования предприятия, особенно обращая внимание на усиление финансовых позиций, модернизацию основных средств, НИОКР;
- стадия ускоренного роста – полное использование внутренних и внешних возможностей и ресурсов; возможное возникновение и

накапливание негативных тенденций в деятельности предприятия, их выявление и попытки разрешения; если решить возникшие проблемы не представляется возможным, то руководство предприятия в рамках данной стратегии начинает плавный переход к следующей стадии (стратегии);

- стадия переходного периода – обеспечение перегруппировки и перестройки деятельности предприятия для вхождения в новый цикл роста как можно быстрее, то есть, не допуская длительной стагнации; экономия, отказ от новых производств; глубокий анализ существующего положения дел на предприятии с целью уменьшения затрат, повышения доходности изделий, перестройки системы управления.

Бизнес план развития предприятия, безусловно, очень важен для растущей фирмы. Стратегическое планирование – это процесс осуществления совокупности систематизированных и взаимосвязанных работ по определению долгосрочных целей и направлений деятельности предприятий. Именно на этом этапе при грамотном планировании можно заложить большой экономический потенциал в предприятие.

Бизнес-план развития – это тщательно продуманный, четко структурированный рабочий документ управления рыночной деятельностью предприятий. Для вновь открывающихся предприятий бизнес-план разрабатывается в соответствии с общепринятой в международной экономической практике методикой ЮНИДО [6, с. 12-14]. Для действующих предприятий целесообразно составлять бизнес-план по методике, описанной в [4]. Содержание и объем бизнес-плана предприятия зависят от ряда факторов, к которым можно отнести следующие: направление развития; размер предприятия; назначение; период планирования; полнота представления; наличие необходимой маркетинговой информации; квалификация разработчиков и их практический опыт; наличие конкурентов; сложность производимой продукции.

Ценность бизнес-плана заключается в том, что он дает возможность определить степень жизнеспособности предприятия в условиях конкуренции

на рынке, содержит ориентиры и направления функционирования предприятий на перспективу.

Методика составления бизнес-плана в стандартах, принятых в цивилизованных странах по сегодняшним реалиям управления процессом развития предприятий, состоит из ряда разделов, для каждого из которых характерна своя специфика. Как показал обзор литературных источников, примерные структуры бизнес-планов, которые рекомендуют Б. Плешков, С. Новиков, В. Шустов, В. Попов, Г. Хизрич, М. Питерс, И. Липсиц, Р. Маниловский, М. Терри, Л. Юлкина и другие авторы, а также специалисты Департамента занятости Великобритании, эксперты МКЭ/КСАБ, по своему содержанию имеют много общего [2, 4, 7-10].

Каждому предприятию свойственны личные трудности функционирования в условиях неопределенности внешней и внутренней среды, поэтому содержание бизнес-плана развития конкретного предприятия будет специфическим. Единство основных положений бизнес-плана развития, направленных на формирование конкурентоспособного инвестиционного привлекательного предприятия, нашло отражение в предлагаемой его структуре.

Исходя из рекомендаций, приведенных в печатных источниках информации, а также собственного опыта по составлению бизнес-планов рекомендуется следующая структура бизнес-плана. Основными разделами бизнес-плана развития предприятия являются следующие: характеристика предприятия, направления его деятельности; продукция / услуги; рынки сбыта; тенденции развития отрасли; маркетинг; менеджмент организационный; производство; оценка риска и страхование; финансовый план развития; охрана окружающей среды; оценка социально-экономической эффективности запланированных мероприятий.

С учетом накопленного опыта разработан алгоритм составления бизнес-плана развития предприятия, схему архитектурного построения которого в соответствии с [11, с. 355] показано на рис. 4.1.

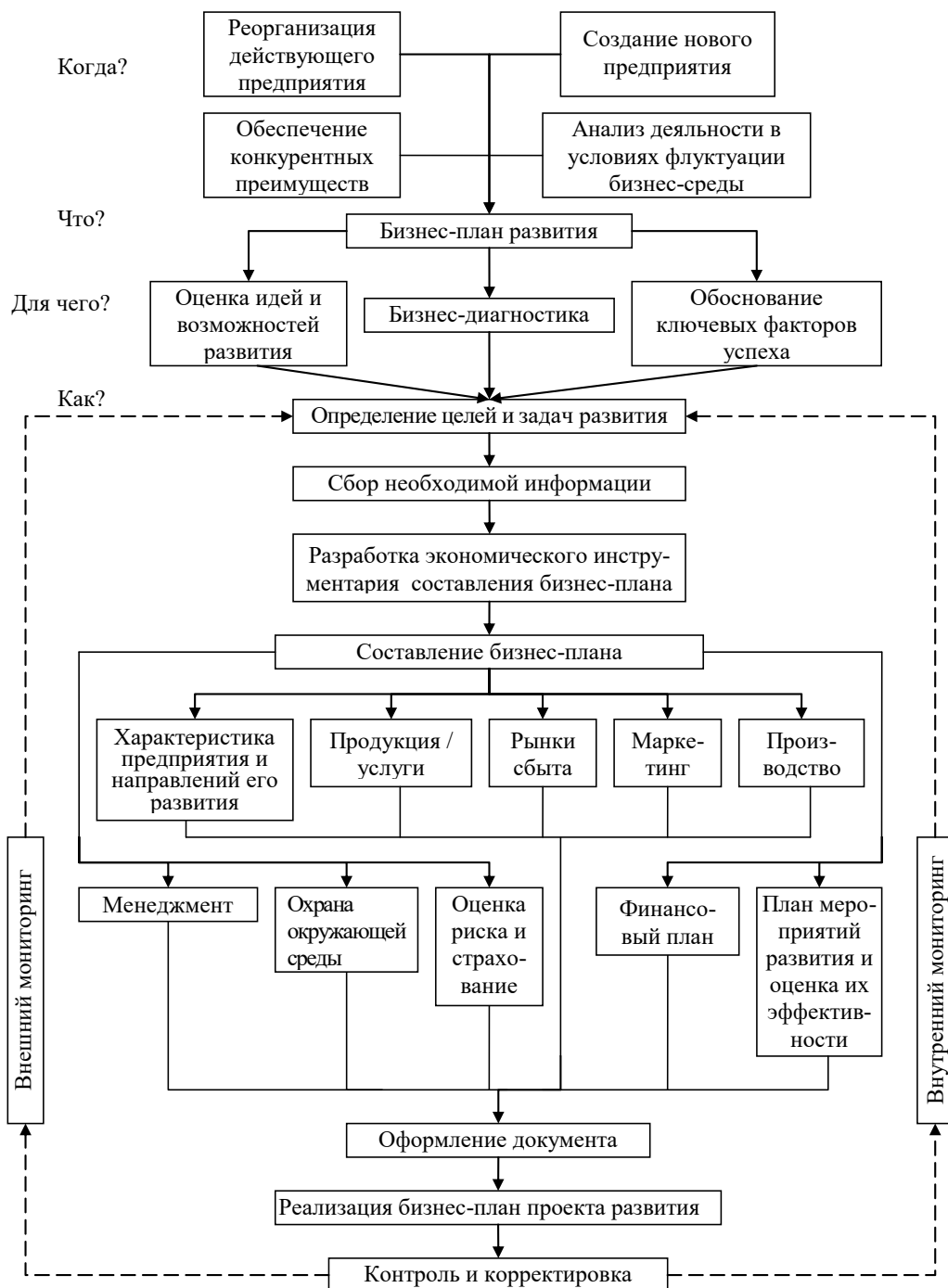


Рисунок 4.1 – Архитектоника процесса разработки бизнес-плана проекта развития предприятия

От существующих и описанных в литературе методик авторский вариант отличают формализованный подход, системность, наличие рабочих документов бизнес-плана, учет социальных аспектов, методика оценки эффективности мероприятий относительно будущего развития предприятия и

что немаловажно – соответствие как зарубежным стандартам, так и отечественным принципам, и методикам планирования.

К экономическому инструментарию составления бизнес-плана развития относятся рабочие документы, характеристика которых приведена в табл. 4.1.

Таблица 4.1 – Характеристика рабочих документов бизнес-плана развития предприятия

Номер документа	Название	Краткое содержание
1	2	3
Рабочий документ № 1	Формирование целей и задач развития	Формулировка стратегических целей развития, поддерживающих и обеспечивающих целей
Рабочий документ № 2	Тенденции развития отрасли	Характер спроса в отрасли, система снабжения и сбыта продукции отрасли, тенденции ее развития, привлекательность отрасли с точки зрения перспектив ее развития, динамики отраслевых показателей прибыльности, ключевые предпосылки успешного проведения операций в рамках отрасли
Рабочий документ № 3	Характеристика предприятия, его деятельности и направлений развития	Описание направлений развития рыночной деятельности предприятия, генерального пути развития, особых перевесов функционирования, организации менеджмента, персонала, производственных помещений, оборудования, сырья, производственного процесса, контрагентов, поставщиков
Рабочий документ № 4	Характеристика (описание) продукции / услуги	Составление таблицы, содержащей технические и экономические параметры, информацию о патентной защите, фирменный стиль, упаковка
		Жизненный цикл товара, оценка уровня конкурентоспособности товара. Адаптация мульти атрибутивной модели товара с потребностями потребителей
Рабочий документ № 5	Рынки сбыта продукции / услуг	Выбор типа клиентурного рынка и его сегментация по заданным одним или несколькими критериями сегментации. Прогноз объемов продаж по каждому целевому рынку, сегменту
Рабочий документ № 6	Показатели производственно-сбытовой деятельности предприятия	Пропорции и соотношения, темпы роста объемов реализации по регионам, рынкам, товарным группам, потребителям

Окончание таблицы 4.1

1	2	3
Рабочий документ № 7	Конкуренты и конкуренция	Описание действующих и потенциальных конкурентов, анализ показателей их деятельности, целей, стратегии маркетинга, SWOT-анализ конкурирующих предприятий, оценки уровня конкурентоспособности и финансовой привлекательности конкурентов
Рабочий документ № 8	Позиция предприятия на рынке	Направления деятельности и развития, номенклатура продукции / услуг, расходы и цены, качество, ключевые факторы успеха, рыночная доля, имидж, уровень конкурентоспособности предприятия и товара. SWOT-анализ деятельности предприятия. Возможности и перспективы функционирования на рынках сбыта
Рабочий документ № 9	Характеристика потребителей продукции / услуг предприятия	Действующие и потенциальные клиенты, мотивы спроса, покупательские предпочтения, рыночные ниши и рыночные окна. Формирование спроса и стимулирование потребителей, адаптация потребителей к продукции предприятия-
Рабочий документ № 10	Стратегия развития предприятия	Корпоративная стратегия развития, бизнес-стратегия, функциональные стратегии предприятия
Рабочий документ № 11	Цена и ценообразование	Расходы и цены. Методы установления исходной цены товара. Ценовая тактика - способы формирования окончательной цены: скидки, зачеты, надбавки, франкирование, дискриминация. Адаптация цены
Рабочий документ № 12	Реклама	Виды рекламы, ее цели и направления. Формирование рекламного бюджета. Выбор каналов распространения рекламы. Оценка экономической и коммуникативной эффективности рекламных мероприятий, способствующих приспособлению комплекса маркетинга предприятия к неопределенности внешней среды
Рабочий документ № 13	Продвижение	Выбор способов продвижения. Разработка адаптивного и комплексного бюджета стимулирования
Рабочий документ № 14	Дистрибуция	Системы сбыта продукции / услуг, каналы движения товаров, посредников. Система мотивации торгового персонала
Рабочий документ № 15	Менеджмент	Характеристика персонала предприятия. Система управления персоналом. Адаптация организационной структуры управления
Рабочий документ № 16	Бюджет предложенных мероприятий развития предприятия	Выбор метода планирования, формирования текущего бюджета и стратегический контроль реализации мероприятий по развитию предприятия
Рабочий документ № 17	Финансовый план развития	Прогноз объемов и движения наличности, баланс активов и пассивов, таблица доходов и расходов, расчет точки безубыточности, выбор внешних и внутренних источников финансирования, стратегия финансирования предложенного комплекса мер относительно будущего развития предприятия, программа инвестиций (при необходимости) и календарный график реализации

Для целей практического использования необходимо упорядочить перечень действий по составлению плана мероприятий относительно будущего развития предприятия. На рис. 4.2 приведена схема алгоритма процесса составления плана реализации комплекса мероприятий [11, с. 360].

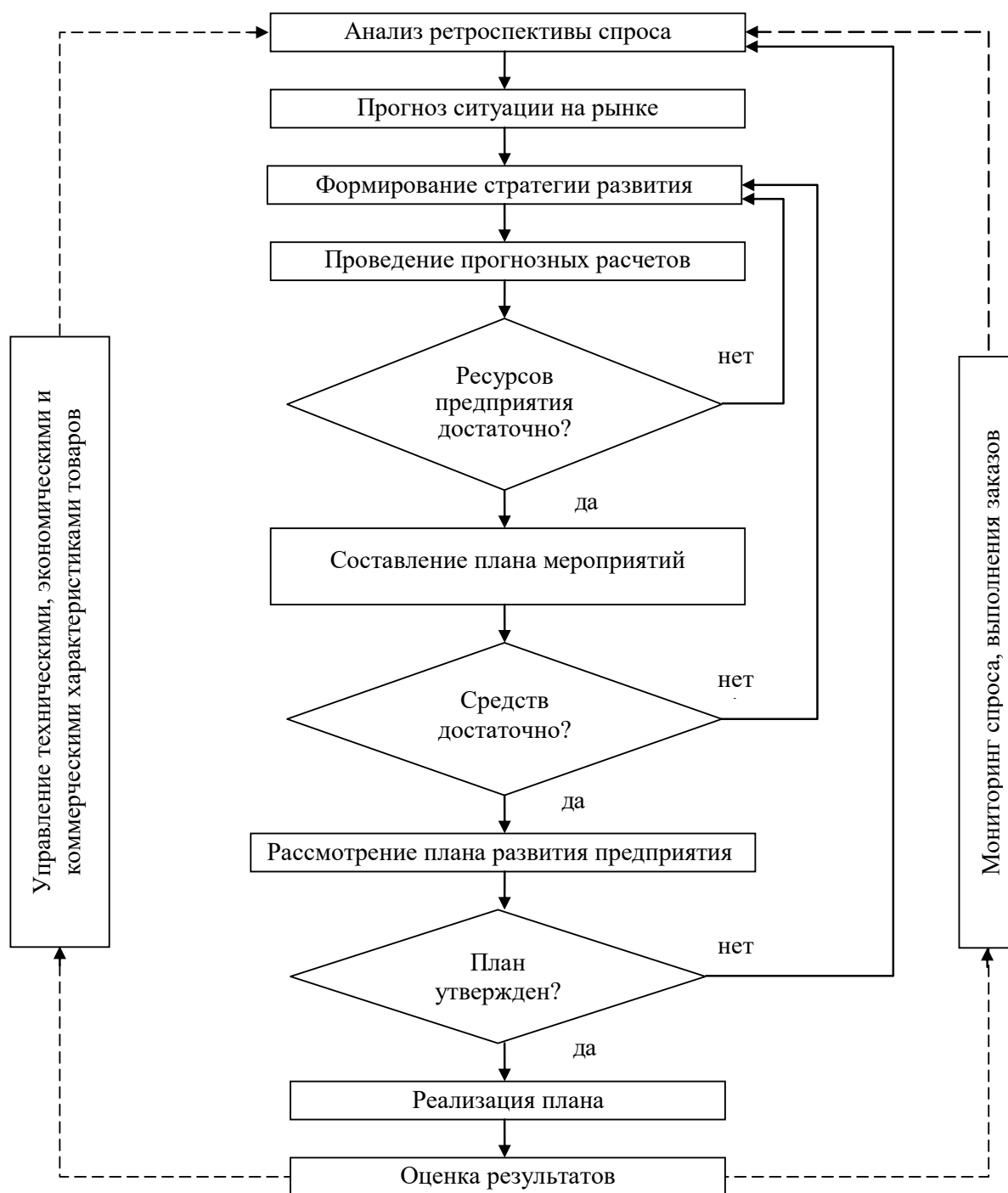


Рисунок 4.2 – Алгоритм составления плана реализации комплекса мероприятий

В процессе составления бизнес-плана развития предприятия необходимым является выполнение расчетов емкости рынка, рыночной доли предприятия, количества сегментов целевого рынка, конкурентоспособности предприятия и его продукции, проведение SWOT-анализа [12, 13].

Для расчета емкости рынка, на котором работает предприятие, рекомендуется использовать одну из таких формул:

$$EP = N \cdot q \cdot p \cdot n, \quad (4.1)$$

где EP – емкость территориального рынка сбыта; N – численность потенциальных потребителей товара; q – потребление товара одним потребителем в сутки (натуральная единица измерения); p – цена единицы товара, грн.; n – количество суток потребления товара за год;

$$EP = N \cdot d \cdot q_1 \cdot \dots \cdot q_i \cdot \dots \cdot q_n, \quad (4.2)$$

где d – среднегодовой уровень дохода на душу населения в стране или отдельном регионе страны; q_i – доля денежных средств, которая расходуется на соответствующую i -ю продукцию; $i = (1; n)$; n – количество видов продукции, которую может покупать покупатель.

В соответствии с методикой проведения SWOT-анализа предприятия необходимо составить матрицу – таблицу, содержащую 4 раздела, а именно: сильные стороны деятельности предприятия, слабые стороны деятельности предприятия, возможности развития предприятия в будущем и угрозы стабильной деятельности предприятия.

Для расчета общего количества сегментов рынка, на котором работает многопрофильное предприятие, целесообразно использовать следующую формулу:

$$KCP = S_1 \cdot \dots \cdot S_i \cdot \dots \cdot S_n, \quad (4.3)$$

где KCP – количество сегментов рынка при его сегментации по нескольким критериям одновременно; S_i – количество сегментов рынка при

его сегментации по одному критерию; $i = (1; n)$; n - количество выбранных критериев сегментации рынка.

Для оценки уровня конкурентоспособности товара (КСТ) необходимо выполнить следующие этапы: сбор и анализ данных о рынке, покупателях, конкурентах; формулирование требований к товару-эталону; определение перечня параметров, подлежащих оценке и их удельного веса; расчет единичных параметрических индексов по нормативным, техническим и экономическим параметрам; расчет групповых параметрических индексов; расчет интегрального показателя конкурентоспособности товара; подготовка заключений по уровню конкурентоспособности товара; разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности товара и оценки затрат на их реализацию.

Расчет коэффициента конкурентоспособности производится по формуле:

$$KCT = \frac{J_T \times J_H}{J_E}, \quad (4.4)$$

где J_T, J_E – сводные параметрические индексы по техническим и экономическим параметрам соответственно (табл. 4.4); J_H – сводный параметрический индекс по нормативным параметрам.

Нормативные (твердые) параметры выделяются среди технических и экономических. Они могут принимать только два значения: ноль, если товар не соответствует обязательным для данного рынка нормам и стандартам, и единицу, если соответствует. Равенство нулю каждого из единичных нормативных показателей означает, что J_H , а следовательно, и коэффициент конкурентоспособности КСТ, равны нулю, то есть товар есть неконкурентоспособным из-за его несоответствия определенному стандарту (норме). Все данные, необходимые для расчета уровня конкурентоспособности нового товара, целесообразно свести в табл. 4.2.

Таблица 4.2 – Матрица рангов технических и экономических параметров

Параметр оценки	Ед. изм.	Значение параметра товара		Значим ость пара метра	Единичный параметри- ческий показатель	Сводный параметри- ческий индекс
		исследуемой фирмы	фирмы- конкурента			
1. Технические 1.1 ... 1.n						
Всего				1		$J_T = \sum_{j=1}^n J_{Tj}$
2. Экономические 2.1 ... 2.m						
Всего				1		$J_E = \sum_{i=1}^m J_{Ei}$

После проведения расчета полученное численное значение показателя конкурентоспособности нового товара предприятия необходимо проанализировать. Если рассчитанное значение $KCT > 1$, то можно сделать вывод, что новый продукт имеет более высокий уровень конкурентоспособности по сравнению с конкурирующим. Если численное значение $KCT < 1$, то необходимо предоставить рекомендации относительно путей повышения конкурентоспособности товара. На основе полученной информации вырабатывается стратегия поведения фирмы на рынках сбыта.

Разработанный план должен удовлетворять следующие требования: содержать стратегию, обеспечивающую реализацию поставленных целей и задач; предусматривать рациональное распределение и использование всех видов экономических ресурсов предприятия; содержать описание выбранной организационной структуры; обеспечивать последовательность плана, его

гибкость и мобильность; отражать количественные ориентиры реализации стратегии развития для обеспечения соответствующего контроля.

Для субъектов малого предпринимательства (МП), которым сегодня предоставлено больше степеней свободы по бухгалтерской отчетности, системы налогообложения, рекомендуется разрабатывать укороченный вариант бизнес-плана. Для субъектов малого предпринимательства, которые входят в состав субъекта большого малого предпринимательства, вариант структуры бизнес-плана развития предприятия будет зависеть от варианта организации сети МП. Так для стратегических единиц бизнеса (СЕБ) – товаропроизводителей наиболее важны разделы: план развития, план производства, финансовый план, а для инновационных МП (проект – «Бизнес-инкубатор») важно сделать акцент в адаптации на инновации, кадры, использование новых персонал-технологий. В заключительном разделе бизнес-плана необходимо дать оценку социально-экономической эффективности предложенных мероприятий относительно будущего развития предприятия и его рыночного положения. Это особенно актуально в условиях, когда различные структурные подразделения предприятия вносят в конечный результат неравномерный вклад. Для усиления мотивации труда работников подразделений предприятия в реализации мероприятий необходимо разработать специальную методику, в которой, как показали опросы, весьма заинтересованы предприятия.

Литература к 4 разделу

1. Аптекарь, С. С. Бизнес-план – основа оптимального функционирования акционерного общества / С. С. Аптекарь, Н. Т. Кравченко, А. В. Породников // Вісник Донецького університету. Сер. В : Економіка і право. – 2002. – № 2/2. – С. 7–12.

2. Бизнес-план или как повысить доходность вашего предприятия / под ред. проф. Б. Плешкова, С. Новикова, В. Шустова. – М. : Анкил, 1993. – 32 с.
3. Методика складання бізнес-планів : Наказ Агентства з питань запобігання банкрутству підприємств та організацій від 21.04.1997 р. №56 : метод. матеріали. – 1997. – С. 23–29.
4. Предпринимательская деятельность: проблемы, пути решения / под ред. В. Н. Гриневой. – Симферополь : Анаюрт, 1995. – 302 с.
5. Бизнес план развития предприятия [Электронный ресурс] / Режим доступа : www.bi-plan.ru/biznes_plan_razvitija_predprij... – Загл. с экрана.
6. Экономика предприятия : учеб. / под ред. В. Я. Хрипача и др. – Мн. : Экономпресс, 2000. – 460 с.
7. Бизнес-план инвестиционного проекта : Отечественный и зарубежный опыт. Современная практика и документация : учеб. пособие / под ред. В. М. Попова. – М : Финансы и статистика, 1997. – 418 с.
8. Бизнес-план : Методические материалы / под ред. Р. Г. Маниловского. – М. : Финансы и статистика, 1994. – 80 с.
9. Липсиц, И. В. Бизнес-план – основа успеха / И. В. Липсиц. – М. : Машиностроение, 1992. – 80 с.
10. Рабочая книга по составлению бизнес-плана / пер. с англ. под ред. М. Терри. – М. : Б. И., 1993. – 159 с.
11. Соколова, Л. В. Організаційно-економічне забезпечення адаптації підприємств до невизначеності бізнес-середовища : дис. ... д-р екон. наук / Л. В. Соколова. – Донецьк, 2006. – 467 с.
12. Гаркавенко, С. С. Маркетинг : підруч. / С. С. Гаркавенко. – Київ : Лібра, 2002. – 712 с.
13. Спицын И. О., Спицын Я. О. Маркетинг в банке. – Тернополь : АО «Тарнекс». – К. : ЦММС «Писпайн», 1993. – 656 с.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

1.1. Современное предприятие-товаропроизводитель характеризуется такими признаками рыночной деятельности как: ориентация на товарные рынки, что требует гибкого и постоянного реагирования на изменения условий сбыта; «ситуационное управление», которое предполагает принятие стратегических решений по мере выявления потенциальных проблем сбыта. При этом предприятие стремится заранее спрогнозировать варианты возможных ситуаций на рынке и иметь в своем «портфеле» набор возможных стратегических решений; эффективное функционирование системы непрерывного сбора и обработки маркетинговой информации; активное воздействие на государственную политику и рынок с целью своевременного формирования спроса на реализуемую продукцию; формирование системы стимулирования инновационной активности персонала предприятия, оперативное внедрение наиболее конкурентоспособных идей; активизация инновационной и инвестиционной деятельности; стремление к обеспечению результативной, эффективной деятельности; активное развитие интрапренерства; ориентация на достижение долгосрочного коммерческого успеха.

В работе предложена авторская концептуальная модель системы СУ ЭКБП – системы управления эффективностью, конкурентоспособностью и безопасностью предприятия с внешним окружением, которая отображает связи между входом и выходом системы, внутренне системные связи и связи. Следует заметить, что состав основных функциональных сфер деятельности предприятия зависит от организационной структуры управления и его вида как субъекта предпринимательства. Система определяется таким набором характеристик: вид экономической деятельности (ЭД) – производство машин и оборудования; указание класса объекта – машиностроительное предприятие; перечень основных этапов производства – заготовка, обработка и сборка,

которые объединяются производственной структурой машиностроительного предприятия и обуславливают наличие таких подсистем, как управление финансами, управление кадрами, управление производством продукции, управление НИОКР, управление маркетингом и логистикой; основные параметры системы – показатели, которые выделяют эту систему среди множества других систем, являются обычно постоянными или мало меняющимися во времени величинами, то есть это такие характеристики системы, которые меняются вместе с изменением самой системы.

1.2. В результате научного поиска в направлении совершенствования понятийного аппарата экономической науки методом кабинетных исследований были получены следующие научные результаты:

- сформирована понятийно-терминологическая система научного исследования в области актуальных проблем развития современного предприятия в контексте «конкурентность-эффективность-проектный менеджмент», которая включает четыре подсистемы: «теория конкурентности», «теория эффективности», «теория инвестирования», «теория проектного менеджмента»;

- предложена элементообразующая терминологическая база каждой из указанных подсистем;

- получило дальнейшее развитие определение ряда основополагающих понятий разработанной понятийно-терминологической базы научного исследования («эффективная деятельность предприятия», «социально-экономическая эффективность» и др.).

Совершенствование понятийно-терминологической системы будет содействовать созданию современной методологической базы для дальнейшего научного поиска в направлении исследования взаимосвязей таких важных экономических категорий, как устойчивость, результативность и эффективность в современных кризисных, нестабильных условиях

функционирования предприятий, а также определению совокупности необходимых показателей оценки с целью получения адекватных практических результатов в сфере экономики промышленных предприятий.

1.3. В условиях рыночной экономики, усиления конкурентной борьбы за рынки сбыта большая роль отводится квалифицированному решению задачи оценки и анализа конкурентного статуса промышленных предприятий, имеет важнейшее значение для разработки стратегических планов их деятельности. Показатель конкурентного статуса характеризует предпосылки достижения предприятием того или иного уровня конкурентного преимущества.

Конкурентный статус предприятия – это один из важнейших элементов механизма саморегулирования рыночной экономики и одновременно конкретная форма ее функционирования. Вообще, расчет и анализ показателя конкурентного статуса предприятия базируются на сравнении фактического уровня и оптимального значения инвестиций с их критической точкой, фактического потенциала предприятия – с его оптимальным значением, а действующей стратегии – с наиболее оптимальной.

В работе моделирование процесса оценки конкурентного статуса предприятия основано на расчете интегрированного факторного показателя. Анализ показателя – коэффициента конкурентного статуса предприятия базируется на сравнении фактического значения этого показателя для исследуемого предприятия с соответствующим коэффициентом предприятия бенчмарк (или гипотетического предприятия) или рекомендовано применение других методических подходов.

1.4. В монографии был выполнен анализ научно-методических подходов к оценке конкурентного потенциала предприятия, то есть таких его возможностей, которые обеспечивали бы эффективное функционирование предприятия на перспективных сегментах отечественных и зарубежных рынков сбыта продукции. Целью расчета интегрального показателя

конкурентоспособного потенциала предприятия является получение комплексной характеристики, которая позволит проводить оценку его конкурентных позиций и обеспечит управление конкурентоспособностью предприятия и на этой основе даст возможность разрабатывать корпоративную и конкурентные стратегии предприятия. Были определены виды возможностей (основных потенциалов) предприятия для оценки его конкурентного потенциала: маркетинговые возможности; производственно-технологические; финансово-экономические возможности; трудовые возможности; интеллектуальные возможности; информационные возможности.

Перечень локальных потенциалов представлено таким составом: маркетинговые возможности – товарный потенциал, ценовой потенциал, сбытовой потенциал, коммуникационный потенциал; производственно-технологические возможности – технологический потенциал, ресурсный потенциал, производственный потенциал; финансово-экономические возможности – финансовый потенциал, инновационный потенциал, инвестиционный потенциал; трудовые возможности – кадровый потенциал, мотивационный потенциал; интеллектуальные возможности – научно-исследовательский потенциал, управленческий потенциал; информационные возможности – имиджевый потенциал; потенциал информатизации.

Такой подход позволит подробно рассматривать возможности предприятия к привлечению инвестиций, а главное, даст ответ на вопрос не столько об определении рыночной цены предприятия, сколько о возможности достичь определенности в разработке тех секторов рынка, которые на сегодняшний день являются прогнозируемыми с точки зрения их привлекательности в перспективе.

1.5. Проведенный анализ состояния исследуемой проблемы показал, что существующая классификация методов оценки конкурентоспособности предприятия предусматривает их разделение на отдельные группы по

определенному признаку. Чаще всего таким признаком выступает форма представления результатов оценки, согласно которой выделяют графические, матричные, расчетные и комбинированные (расчетно-матричные, расчетно-графические) методы.

В последнее время широкое применение получили графо-аналитические методы оценки конкурентоспособности предприятия (табл. 1.3), являющиеся удобным инструментом сравнения возможностей промышленного предприятия и его основных конкурентов. Графическое отображение оценок положения предприятия и конкурентов по наиболее значимым направлениями деятельности изображают в виде векторов-осей. Авторами статьи структурированы научно-методические подходы к оценке конкурентоспособности предприятия в целом и ее составляющих в хронологической последовательности,

2.1. Эффективное функционирование промышленных предприятий играет главную роль в обеспечении устойчивого развития отдельных видов деятельности и положительно влияет на бескризисное состояние экономики страны в целом. Проведенный анализ относительно работы предприятий-товаропроизводителей на примере Харьковской области позволяет сделать вывод о её нестабильности, что усиливает особое внимание к проблеме обеспечения эффективности деятельности современных промышленных предприятий, в том числе предприятий машиностроения и имеет существенно практическое значение как для украинской экономики в целом, так и для первичного ее звена – промышленного предприятия. Результаты такой оценки позволяют установить масштаб и изменение направленности в управлении деятельностью предприятия, прогнозировать их влияние на ключевые функциональные подсистемы предприятия, принимать соответствующие управленческие решения по повышению и поддержанию уровня эффективности управления деятельностью, выбирать методы, способы, инструменты управления деятельностью предприятия.

2.2. Процедура оценки интегрального показателя экономической эффективности функционирования машиностроительного предприятия базируется на использовании локальных показателей, с помощью которых становится возможным провести оценку эффективности деятельности основных функциональных сфер деятельности машиностроительного предприятия.

Результаты проведенных исследований позволили дополнить методическое обеспечение оценки экономической эффективности деятельности машиностроительных предприятий из-за особенностей авторского видения решения этой проблемы, а именно: процесс разработки научно-методического обеспечения базируется на определенных принципах и методических подходах, классификации предприятий по критериям объема годового дохода и среднегодовой численности работников (вид субъектов предпринимательства), распределении управления эффективностью на основные функциональные сферы, разработке математической модели оценки интегрального оценочного показателя для предприятия. Практическая значимость полученных результатов заключается в более обоснованном применении методического инструментария для управления эффективностью деятельности предприятий машиностроения.

Перспективами дальнейших исследований является применение нечетких методов анализа для оценки экономической эффективности функционирования предприятий, в том числе при формировании интегрального оценочного показателя каждого машиностроительного предприятия региона, страны.

2.3. Применение теории нечетких множеств для оценки показателей рентабельности предприятия позволило выявить следующие особенности данного подхода: для расчета весов локальных показателей, определяющих модель нечеткой оценки интегрального показателя рентабельности предприятия, были применены шкала Фишберна и метод экспертных оценок.

Использование синтезированной модели позволило предоставить нечеткую оценку интегрального показателя рентабельности трех априори избранных машиностроительных предприятий.

2.4. Результаты проведенного научного поиска позволили выделить основные концептуальные подходы к экономической диагностике, а именно: консультационная, исследовательская, управленческая, информационная, финансово-аналитическая, антикризисная диагностики.

2.5. Научно-методическое обеспечение диагностики кризиса предприятия, по мнению авторов, включает следующее: формирование направлений проведения диагностики кризиса; выбор методик проведения диагностики кризиса предприятия; формирование совокупности финансово-экономических показателей оценки для проведения диагностики кризиса предприятия; проведение соответствующих расчетов с использованием ПК и получение численных результатов диагностирования кризиса предприятия; анализ полученных результатов диагностики кризиса и установление соответствующего диагноза; при необходимости, принятие решения по разработке мер, направленных на улучшение финансового состояния предприятия, и их реализация.

В качестве направлений проведения диагностики кризиса предприятия были выбраны такие как: диагностика динамики структуры баланса предприятия; диагностика финансового состояния по склонности предприятия к банкротству; экспресс-диагностика финансового состояния предприятия; выявление признаков скрытого банкротства; выявление признаков доведения до банкротства; анализ полученных результатов финансовой диагностики; принятие решения по разработке и реализации мероприятий, направленных на улучшение финансового состояния предприятия.

2.6. Для конкретного предприятия, на примере которого было проведено диагностику кризиса по описанным выше направлениям, по

результатам сравнения полученной цифровой информации с заказными (критическими) ее значениями или определенной шкале оценки по каждой модели диагностики ставится определенный диагноз о наличии кризисного состояния предприятия.

Использование предлагаемой научно-методической разработки на практике обеспечивает получение информации, приобретает важное значение для корректировки тактических планов и своевременного принятия топ-менеджерами научно обоснованных управленческих решений на предприятии. Внедрение предложенных рекомендаций будет способствовать росту рыночной доли предприятия, обеспечению укрепления конкурентных позиций, укреплению финансовой стабильности, что является залогом роста уровня конкурентоспособности промышленного предприятия в современной конкурентной среде.

2.7. Обеспечить эффективность экономики промышленных предприятий, новое качество ее роста при ограничении финансовых ресурсов возможно при условии достижения победы в борьбе за прямые инвестиции возможных инвесторов. Важной составляющей процесса принятия инвестиционного решения инвестором является оценка инвестиционной привлекательности потенциальных объектов инвестирования – промышленных предприятий.

Проведенные исследования литературных источников дали основание для обоснования целесообразности и необходимости: учета показателя инвестиционной привлекательности как фактора обеспечения экономической эффективности деятельности промышленного предприятия; предложения методического подхода к оценке интегрального показателя инвестиционной привлекательности, основанного на использовании выбранной совокупности динамических финансовых показателей, а также нефинансовых факторов (привлекательность места расположения предприятия, наличие транспортных и производственных коммуникаций), использования

синергетического подхода к управлению промышленным предприятием в поликонтурном пространстве, заданном такими векторами, как «ИП ИПП – интегральный показатель инвестиционной привлекательности предприятия», «ИП ЭЭП – интегральный показатель экономической эффективности деятельности предприятия», «ИП ПП – интегральный показатель платежеспособности предприятия»; графической интерпретации поликонтурного пространства управления эффективностью деятельности промышленного предприятия (рис. 2.11).

3.1. Концепция маркетинга проекта – тактический срез всей маркетинговой деятельности, в котором определяются среднесрочные, важные направления, целевые ориентиры, выбранные методы реализации определенной ранее стратегии управления инвестиционным и/или инновационно-инвестиционным проектом [1].

Маркетинг проекта можно рассматривать в двух аспектах. Первый аспект раскрывает внутреннее содержание маркетинга проекта и представляет собой структуру маркетинговой деятельности безотносительно временной протяженности проекта. Этот аспект подчеркивает, что на любом этапе жизненного цикла проекта маркетинг присутствует во всей полноте, не меняя своего внутреннего содержания. Второй аспект отражает место маркетинга в проекте с точки зрения временной структуры проекта, т. е. его жизненного цикла. Несмотря на то, что маркетинговые мероприятия присутствуют на каждом этапе проекта, значение, объемы и содержание работ на разных фазах проекта различны.

Было выяснено, что существуют два основных направления оценки инвестиционной привлекательности предприятий по интегральному показателю: на основе использования взвешенных статических значений определенной совокупности финансовых показателей; на принципах комплексности и системности относительно исследования

функционирования субъектов хозяйствования, не ограничиваясь анализом только финансовой сферы .

Предложен подход по научно-методическому обеспечению процедуры оценки инновационно-инвестиционной привлекательности промышленных предприятий страны. Это позволит инвесторам принимать инвестиционные решения с учетом результатов анализа инвестиционной привлекательности страны, отрасли, региона, отдельных предприятий в соответствии с разработанной схемой и авторских математических моделей.

3.2 Конкурентоспособность представляет собой интегральную характеристику товара, которая определяет его отличные рыночные преимущества по сравнению с аналогичными товарами по степени удовлетворения потребностей и связанных с этим расходов. В условиях широкого предложения конкурирующих товаров успешность сбыта товара на конкретном рынке зависит, прежде всего, от предпочтений его потребительских и стоимостных характеристик (параметров). Анализ уровня КСТ позволяет использовать возможность оперативного принятия решений по совершенствованию и/или развитию тех его атрибутов, которые предоставляют доминирующее влияние на процесс формирования покупательских предпочтений. Это предъявляет повышенные требования к выбору методики оценки КСТ на всех этапах его жизненного цикла.

На основе анализа существующих методических подходов к оценке КСТ были разработаны научно-методические рекомендации относительно целевого характера их применения на каждой стадии жизненного цикла товара. Применение таких рекомендаций в практической деятельности специалистов-маркетологов предоставит им возможность разрабатывать конкретные эффективные маркетинговые мероприятия, реализация которых на практике обеспечит предприятию коммерческий успех на рынках сбыта, достижение поставленных целей и оперативное решение тактических задач.

3.3. Активизация инновационной деятельности на машиностроительных предприятиях на основе маркетинга требует внедрения инновационных проектов. При этом следует заметить, что все инновационные проекты являются инвестиционными, поскольку без вложения средств реализовать проект невозможно. В связи с этим было введено авторское понятие «маркетинговый инновационно-инвестиционный проект», под которым, с нашей точки зрения, можно понимать любой комплекс обеспеченных инвестициями инновационных маркетинговых мероприятий.

Эффективность маркетингового инновационно-инвестиционного проекта оценивается с разных точек зрения. Исходя из особенностей инновации маркетинга, эффективность может рассматриваться как техническая, технологическая, экологическая, социальная, организационная. Важной составляющей процесса воплощения маркетинговых инновационных проектов в деятельность машиностроительных предприятий является оценка экономической эффективности. Поэтому приобретает актуальность выбор адекватных методов и соответствующих математических моделей такой оценки.

3.4. Важным фактором, влияющим на оценку экономической эффективности проекта, является фактор риска. Этап оценки проектных рисков является неотъемлемой частью оценки эффективности принимаемых инвестиционных решений. Риск в инвестиционном процессе, независимо от характера проявления, приводит, в конечном счете, к уменьшению реальной отдачи от капитала по сравнению с ожидаемой.

Предлагаемый способ оценки проектных рисков представляет собой комбинированный метод на основе сочетания экспертного и статистического, который учитывает мнения квалифицированных специалистов, а также использование математического аппарата, который привносит долю объективности в процесс учета и анализа рисков.

3.5. При выборе инвестиционного проекта большое значение имеет правильная оценка эффективности проекта. Проект должен рассматриваться в совокупности с уже разрабатываемыми инвестиционными проектами, которые также требуют финансирования. В некоторых случаях требующие значительных капитальных ресурсов проекты могут быть отвергнуты в пользу менее эффективных проектов, но требующих меньших затрат, из-за того, что финансовые ресурсы необходимы для других проектов предприятия. В рамках данного исследования предлагается использовать авторский подход, в основе которого лежит использование модели чистого приведенного эффекта с учетом влияния факторов инфляции и риска. Процесс выбора оптимального варианта инновационно-инвестиционного проекта в условиях инфляции и риска включает следующие этапы: формализация задачи; отбор альтернативных проектов; сбор необходимых достоверных исходных данных; формирование денежных потоков по проектам; расчет дисконтированных денежных потоков по проектам; расчет показателя NPV проектов с учетом влияния факторов инфляции и риска; выбор оптимального инновационно-инвестиционного проекта по критерию « $\max NPV$ ».

3.6. На практике достаточно реальна ситуация, когда необходимо выбрать лучший инвестиционный проект из определенной их совокупности при различной продолжительности реализации таких проектов. В этом случае необходимо последовательно осуществить определенную процедуру, предусматривающую реализацию следующих этапов: найти наименьшее общее кратное сроков действия реальных не альтернативных инвестиционных проектов; рассматривая каждый из проектов как повторяющийся, проанализировать NPV проектов, реализуемых необходимое число раз в течении периода времени, равного малейшему общему кратному; выбрать тот из проектов, для которого суммарный NPV повторяющегося потока имеет наибольшее значение.

Данную методику можно упростить в вычислительном плане, если предположить, что каждый из рассматриваемых реальных не альтернативных инвестиционных проектов будет реализовано неограниченное число раз. В этом случае число слагаемых в формуле расчета NPV будет стремиться к бесконечности, а значение NPV каждого из инвестиционных проектов может быть найдено по формуле бесконечно убывающей геометрической прогрессии.

3.7. Формирование для предприятия-инвестора оптимального инвестиционного портфеля, то есть оптимальной совокупности инвестиционных проектов, нацелено на обеспечение реализации инвестиционной стратегии предприятия путем отбора наиболее прибыльных, эффективных и безопасных реальных инвестиций при ограниченности финансовых ресурсов данного субъекта предпринимательства.

Достижение цели по обеспечению высоких темпов роста капитала направлено на повышение эффективности деятельности предприятия в долгосрочной перспективе. Формирование оптимального инвестиционного портфеля предприятия является формой реализации его инвестиционной программы в среднесрочной перспективе.

Формирование оптимального инвестиционного портфеля предприятия базируется на использовании соответствующей информации относительно: инвестиционного спроса на продукцию предприятия; оценки размера альтернативных инвестиций, требующих соответствующие проекты; оценки возможных источников финансирования инвестиций; утвержденного капитального бюджета предприятия; оценки будущих денежных поступлений от реализации совокупности проектов. При этом можно рассматривать сложные, динамические задачи, которые требуют оптимизации распределения инвестиций. Наиболее типичная инвестиционная ситуация связана с формированием инвестиционного портфеля предприятия, в состав которого должны войти такие

инвестиционные проекты, которые будут отвечать выбранному критерию развития предприятия.

4. Исходя из рекомендаций, приведенных в печатных источниках информации, а также авторский подход по оставлению бизнес-планов рекомендуется следующая структура бизнес-плана: характеристика предприятия, направления его деятельности; продукция / услуги; рынки сбыта; тенденции развития отрасли; маркетинг; менеджмент организационный; производство; оценка риска и страхование; финансовый план развития; охрана окружающей среды; оценка социально-экономической эффективности запланированных мероприятий.

Наукове видання
СОКОЛОВА Людмила Василівна
ПОЛОЗОВА Тетяна Василівна
ВЕРЯСОВА Ганна Миколаївна
СОКОЛОВ Олег Євгенович

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ
СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА:
КОНКУРЕНТНІСТЬ, ЕФЕКТИВНІСТЬ,
ПРОЕКТНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

Монографія

За загальною редакцією проф. Л. В. Соколової

В авторській редакції

Основний акцент спрямовано на проблематику в галузі управління діяльністю промислових підприємств, що включає такі основні питання як оцінка конкурентспроможності, ефективності, управління інноваційно-інвестиційними проєктами. Певну увагу приділено концептуальним основам створення теоретико-методологічної бази розуміння основ процесу управління підприємством? Що надає можливість розробки необхідного інструментарію для ефективного управління підприємством. Розглянуто і методично підкріплено питання використання сучасних методів і моделей забезпечення ефективного функціонування промислових підприємств, їх конкурентоспроможності, вибору оптимальних інноваційно-інвестиційних проєктів.

Для наукових співробітників, підприємців, аспірантів, студентів та слухачів вищих навчальних закладів, а також усіх, хто займається або цікавиться теоретичними та практичними аспектами економіки та менеджменту сучасного промислового підприємства.

Формат 60×90/16. Умов. друк. арк. 18,88. Тираж 100 прим. Зам. №2

ФОП Коряк С. Ф.
61166, м. Харків, просп. Леніна, 14
Тел./Факс: (057) 702-13-07
E-mail: book@znanus.com
[http:// www.smit-book.com](http://www.smit-book.com)

Свідотство про внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції
ДК № 4965 від 25.08.2015