АНАЛІТИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

Паршина О.А., д.е.н., професор,
Паршин Ю.І., д.е.н., доцент
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

В умовах сучасних економічних трансформацій та формування нової інформаційної економіки особливого значення для підприємств набувають питання маркетингового менеджменту.

Як відомо [1], американська асоціація маркетингу розглядає маркетинговий менеджмент (маркетингове управління) як процес планування й реалізації політики ціноутворення, просування й розподілу ідей, товарів і послуг, спрямований на здійснення обміну. Одними з основних елементів реалізації маркетингового управління для всіх підприємств реального сектору економіки є питання створення нової конкурентоспроможної продукції. Менеджмент підприємств має бути побудованим на сучасних концепціях маркетингу та спрямованим на забезпечення конкурентоспроможності продукції [2] та підприємства в цілому.

В умовах динамічного зростання обсягів неструктурованої економічної інформації вирішення цілого комплексу питань зазначеної проблеми потребує створення аналітичного інструментарію, що дозволить обґрунтувати на науковому рівні управлінські рішення.

З метою реалізації системних досліджень запропоновано осмислення зазначеної проблемної ситуації в контексті методології нечіткого моделювання [3]. У зв'язку з цим мають бути створені методологічні основи з формування інформаційних моделей, за допомогою яких доцільно сформувати аналітичне підґрунтя, здійснити моделювання різних виробничих ситуацій та можливих наслідків прийняття управлінських рішень на підприємстві.

З метою формування інформаційної моделі визначення рівня забезпечення конкурентоспроможності підприємства мають бути визначені та систематизовані показники кількісної оцінки. На підґрунті системного та ресурсного підходів, а також згідно з отриманими результатами досліджень, вважаємо, що формування рівня забезпечення конкурентоспроможності підприємства ґрунтується на процесах використання сукупності виробничих, матеріальних, кадрових та фінансових ресурсів підприємства.

Передбачено визначення рівня конкурентоспроможності за кожної ресурсною складовою. Зокрема, визначення рівня конкурентоспроможності за виробничою складовою здійснюється за результатами аналізу зносу основних фондів, співвідношення коефіцієнтів оновлення і вибуття основних фондів та фондовіддачі. Визначення рівня конкурентоспроможності за матеріальною складовою – за результатами аналізу частки змінних витрат в собівартості продукції, співвідношення зміни цін на сировині, матеріали і зміни цін на продукцію, а також матеріалоємності. Для визначення рівня

конкурентоспроможності за кадровою складовою використовуються результати аналізу співвідношення коефіцієнта обороту з прийняття і коефіцієнта обороту з вибуття професійного складу кадрів та зміни виробки на одного працюючого. Для визначення рівня конкурентоспроможності за фінансовою складовою – результати аналізу фінансових коефіцієнтів, зокрема коефіцієнту фінансової незалежності, коефіцієнту поточної ліквідності, коефіцієнту термінової ліквідності, коефіцієнту абсолютної ліквідності, рентабельності всіх активів, ефективності використання активів для виробництва продукції та частки позикових засобів у загальній сумі джерел. Розроблено методичні аспекти щодо кількісного визначення цієї системи показників з наданням економічної сутності та запропоновані порогові значення показників для визначення рівня забезпечення конкурентоспроможності підприємства за кожною складовою.

При підсумовуванні результатів досліджень за складовими та визначенні рівня забезпечення конкурентоспроможності підприємства використовується метод адитивної згортки.

Запропоновано варіанти комбінацій показників за параметрами виробничої, матеріальної, кадрової та фінансової складовими, що дозволяє визначити рівень забезпечення конкурентоспроможності підприємства за відповідними складовими, а також запропоновані варіанти комбінацій за складовими, в наслідок чого визначається рівень забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Зазначимо, що при оцінці конкурентоспроможності підприємства у відповідності до запропонованого методичного підходу надається можливість визначити три основні рівні забезпечення конкурентоспроможності підприємства, зокрема високий, низький та середній.

Слід також зазначити, що при проведенні досліджень з визначення рівня конкурентоспроможності як за окремими складовими, так і на рівні підприємства, ми дійсно маємо справу з нечіткою інформацією. Проте, оцінка наслідків прийняття рішень з конкурентоспроможності потребує більш точної оцінки з кількісним вираженням результатів.

У зв’язку з цим, вважаємо за доцільне проведення подальших досліджень у напрямку побудови імітаційної моделі, яка безпосередньо дозволить реалізувати сформовану інформаційну модель, провести системні дослідження та сформувати аналітичний інструментарій щодо прийняття управлінських рішень з конкурентоспроможності підприємства.

Література:

1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер – СПб: Питер Ком, 1999. – 896 с.

2. Паршина О.А. Концептуальні основи забезпечення конкурентоспроможності промислових підприємств / О.А. Паршина // Теоретичні та прикладні аспекти підвищення конкурентоспроможності підприємств: колективна монографія у 4 т. / За ред. О.А. Паршиної. – Дніпропетровськ: «Герда», 2013. – Т 1. – С. 7-14.

3. Пегат А. Нечеткое моделирование и управление / А. Пегат; пер. с англ. – 2-е изд. – М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2013. – 798 с.

НЕОПРЕДЕЛЕННОСТЬ И РИСКИ КАК ФАКТОРЫ ТИ КРЕДИТОВАНИЯ

Попадинец Е.В., к.э.н., доцент
Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет

Среди факторов, которые порождают саму суть и определяют величину трансакционных издержек (ТИ) вообще и кредитования в частности, выделяют человеческие факторы, факторы среды и факторы, непосредственно связанные со сделками. В разное время их значимость представлялась неравноценной. Предполагается, во-первых, ограниченная рациональность участников, во-вторых, их оппортунизм, в-третьих, несовпадение их экономических интересов, и, в четвертых, существование радикальной неопределенности, что проявляется в асимметричности располагаемой контрагентами информации.

По словам Ф.Найта, неопределенность является одной из сопутствующих характеристик всех принимаемых решений, однако существуют способы уменьшить ее за счет: расширения знаний с помощью научных исследований, накопления и анализа необходимых данных; сбора неопределенности вместе путем разных форм крупномасштабной организации, увеличения контроль над будущим. Указанные варианты предусматривают значительные материальные и нематериальные издержки, что ставит перед обществом вопрос определения масштабов неопределенности и тех издержек, которые допустимы для ее преодоления или снижения. Таким образом, Ф. Найт не используя специальной терминологии, говорит о трансакционных издержках преодоления и распределения неопределенности.

Среди экономистов, исследовавших проблемы трансакционных отношений, называют Дж. Коммонса, Д. Норта, Р. Коуза, Т. Эггертссона, А. Шаститко, А. Аузана, В. Тамбовцева, Г. Клейнера и пр. Вопросы теории кредитного сектора рассмотрены в трудах Дж. Кейнса, К. Маркса, П. Патинкина, Дж. Хикса, Л. Харриса, В. Базилевича, А. Гриценко, М. Савлука, А. Чухно, С. Шумской, М. Ершова, Н. Версаль и прочие.

Высокая степень все же измеримой неопределенности при совершении кредитных трансакций порождает кредитные риски. Нужно отметить, что кредитный риск в одинаковой степени относится как кредиторам, так и к заемщикам и связан не только с возможностью невозврата ссуженной стоимости по причине оппортунистического поведения, но и в результате спада производства или спроса на продукцию определенной отрасли, невыполнением обязательств и форс-мажорными обстоятельствами.

Кредитный риск необходимо определить как риск, связанный с движением ссудного капитала, формой которого выступает кредит. Также кредитный риск можно назвать измеримой неопределенностью, связанной с непредвиденными и