

SUROMEYKO O.S. ORGANIZATIONAL STABILITY OF AN ENTERPRISE AS A SYSTEM

In the article the author gives the characteristic of system properties of an enterprise, their influence on organizational stability is described. Such properties as purposefulness, integrity, a variety of qualitatively various elements of system, connectivity, stability, self-organizing, complexity and controllability, hierarchy and synergy and others are considered. Practical recommendations which are necessary for following at creation and reforming of going concerns are resulted, opportunities of use of system properties as a source of side benefits and the lien of successful development of the subject of managing are described.

УДК 338.31(476)

Олешкевич Н.Н.**ПОНЯТИЕ СИНЕРГИЧНОГО ЭФФЕКТА ПРЕДПРИИМЧИВОСТИ И ИНФОРМАЦИИ**

Введение. В условиях глобализации, построения нового пост-индустриального информационного общества и жесткой конкурентной борьбы за рынки сбыта и сырьевые ресурсы, когда финансовое оздоровление предприятий перерастает из необходимости в норму, важным ресурсом экономического развития становится человек, его творческий потенциал, умения, навыки, способности к разработке новых идей и их эффективной реализации.

Еще в начале XIX в. знаменитый французский экономист Жан-Батист Сэй в своем «Трактате по политической экономии» представил предпринимателя как «ось, вокруг которой все вращается».

Современная экономическая теория среди совокупности факторов производства выделяет предприимчивость и информацию, которые имеют право претендовать на присвоение доходов особой разновидности.

Предприимчивость выступает как одна из функций высококвалифицированного труда и реализует себя через принятие управленческих решений. Объектом управленческого труда является предприятие как совокупность производственных факторов, предметом такого труда служит информация. Оценка пригодности информации к использованию в процессе управления предприятием и формы вовлечения ее в производственный процесс определяются непосредственно руководителем. Сама по себе информация не представляет никакого интереса до тех пор, пока управленец не переработает ее и не определит ее полезность для предприятия. Следовательно, факторы производства «предприимчивость» и «информация» необходимо рассматривать во взаимосвязи и взаимодействии, а в стоимости произведенного товара целесообразно выделять объединенный элемент – часть, израсходованную на вовлечение предприимчивости, информации и обеспечение их взаимодействия. Тогда совокупность элементов цены производства товара может быть представлена следующим образом:

$$I + g + c + ipr + p, \quad (1)$$

где I – денежная сумма, израсходованная на привлечение фактора «труд»;

g – денежная сумма, израсходованная на привлечение фактора «земля»;

c – денежная сумма, израсходованная на привлечение фактора «капитал»; ipr – денежная сумма, израсходованная на вовлечение факторов «предприимчивость», «информация» и обеспечение их взаимодействия;

p – прибыль собственника.

Следует отметить, что «труд», «земля», «капитал» сами по себе не могут обеспечить собственнику иного дохода, кроме банковского процента по вкладу эквивалентных денежных средств. Для их организации и использования необходимо управление, т.е. вовлечение в процесс кругооборота ресурсов фактора производства «предприимчивость» в совокупности с фактором производства «информация». Наличие именно этих факторов обеспечивает кругооборот средств и способствует формированию предпринимательского дохода. Таким образом, в прибыли (p) можно выделить доли, созданные каждым элементом в отдельности.

Для этого проанализируем сумму средств, вложенных в стоимость произведенного и реализованного продукта. Денежная сумма,

израсходованная на привлечение труда (I), земли (g) и капитала (c), представляет собой себестоимость реализованной продукции, произведенной в течение одного производственного цикла. Сумма дохода, приносимого этими факторами производства, рассчитывается умножением себестоимости произведенных и реализованных товаров, продукции, работ, услуг, включая управленческие расходы и расходы на реализацию, за соответствующий период на ставку банковского процента по вкладам (либо ставку рефинансирования).

Вычитая из прибыли p доход, формируемый собственно набором факторов «труд-земля-капитал», получаем величину дохода, приносимого совокупностью предприимчивости и информации ipr :

$$p [ipr] = p - p [I; g; c]. \quad (2)$$

Следовательно, часть прибыли p , приносимая совокупностью предприимчивости и информации ipr , представляет собой **синергичный эффект** от использования двух факторов производства «предприимчивость» и «информация» (СЭПИ), который имеет стоимостное выражение (рис. 1).

Схема представления стоимости произведенного товара модифицируется до следующего вида:

$$I + g + c + ipr + p [I; g; c] + p [ipr], \quad (3)$$

где $p [I; g; c]$ – доход по банковскому проценту от средств, эквивалентных вложенным в набор факторов производства «труд-земля-капитал»;

$p [ipr]$ – предпринимательский доход, сформированный взаимодействием предприимчивости и информации (СЭПИ).

Источником информации для расчета дохода, приносимого капиталом, вложенным в факторы производства «труд, земля и капитал», является форма № 2 годовой бухгалтерской отчетности «Отчет о прибылях и убытках». При необходимости детального факторного анализа источником информации служат соответствующие отчеты планово-экономического отдела предприятия.

В ходе деятельности предприятия величина СЭПИ меняется под влиянием ряда инструментов, которые можно разделить на две группы:

- инструменты внутренней среды;
- инструменты внешней среды.

К **инструментам внутренней среды**, способствующим увеличению СЭПИ, можно отнести следующие:

- ✓ уменьшение материальных затрат, расходов топлива и энергии за счет внедрения новых технологий;
- ✓ сокращение трудовых затрат за счет лучшей организации труда и также внедрения новых технологий;
- ✓ смещение структуры основных средств в сторону арендованных в случае, если плата за аренду меньше соответствующих амортизационных отчислений;
- ✓ увеличение объемов продаж путем оптимизации маркетинговой политики.

Инструменты внешней среды, способствующие увеличению СЭПИ, – это снижение уровня налогообложения, ставки рефинансирования, цен и тарифов поставщиков, изменение конъюнктуры рынка.

Необходимо отметить, что реальная стоимость средств, вложенных в факторы производства, не соответствует балансовой, т.к. возникает необходимость их предварительной (условной) оценки. В зависимости от длительности производственного цикла и периода,

Олешкевич Наталья Николаевна, аспирант, ассистент кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита Брестского государственного технического университета.

Беларусь, БрГТУ, 224017, г. Брест, ул. Московская, 267.

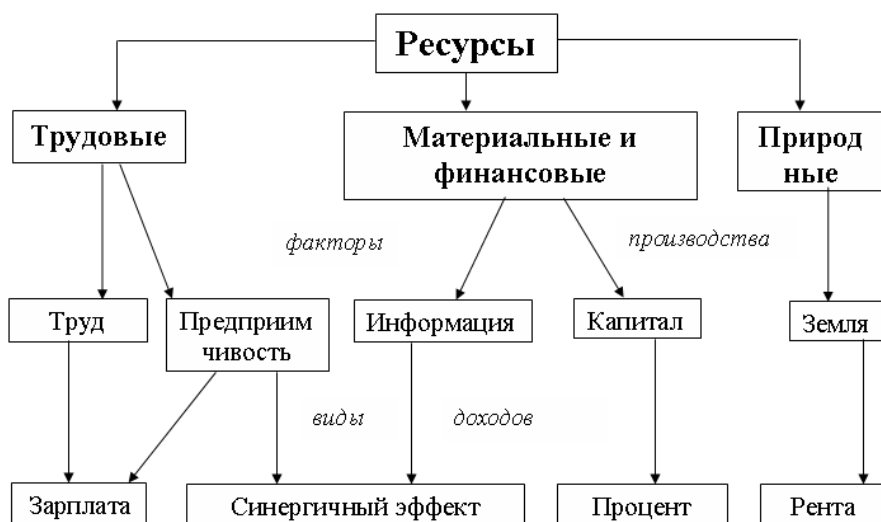


Рис. 1. Виды доходов по факторам производства

Источник: разработка автора

предусмотренного для условной реализации, на стоимость активов предприятия могут оказывать влияние несколько факторов:

- ✓ инфляция;
- ✓ время;
- ✓ ликвидность.
- ✓ рыночный спрос (предпочтения покупателей).

Рассмотрим каждый из них более подробно.

Инфляция. В соответствии с национальным законодательством, при условии достижения индекса цен производителей промышленной продукции производственно-технического назначения, исчисляемого и публикуемого Минстатом за октябрь текущего года к месяцу, предшествующему дате последней переоценки, величины 103% и более, проводится переоценка основных фондов. При этом производится пересчет не только стоимости основных фондов, но и начисленной амортизации, что ведет к увеличению годовой суммы амортизационных отчислений. Поэтому для оценки реальной стоимости произведенной и реализованной продукции необходимо проводить корректировку ее расчетной стоимости в части затрат на амортизационные отчисления, учитывающую индекс цен.

$$\begin{aligned}
 \text{Усл.}_1[I + g + c] &= \\
 &= (I + g + c) - \left(AO_{РАСЧ}^{ПЕР} - \frac{AO_{РАСЧ}^{ПЕР}}{I_{ИНФЛ}^{ПЕР}} \right), \quad (4)
 \end{aligned}$$

где $\text{Усл.}_1[I + g + c]$ - реальная стоимость готовой продукции, выпущенной и реализованной за анализируемый период (производственный цикл, год), учитывающая инфляцию;

$[I + g + c]$ - расчетная стоимость готовой продукции, выпущенной и реализованной за анализируемый период (производственный цикл, год);

$AO_{РАСЧ}^{ПЕР}$ - расчетная сумма затрат на амортизационные отчисления в составе стоимости готовой продукции, выпущенной и реализованной за анализируемый период (производственный цикл, год);

$I_{ИНФЛ}^{ПЕР}$ - индекс цен за анализируемый период (производственный цикл, год).

Такую корректировку целесообразно осуществлять не только в случае проведения переоценки, но и по итогам года (производственного цикла, если он длится больше одного года), т.к. средства, вложенные во внеоборотные активы, подвергаются влиянию инфляции даже при незначительном индексе цен.

При наличии широкого доступа к бухгалтерской информации корректировку стоимости реализованной продукции можно проводить на основании Актов о результатах переоценки внеоборотных

активов. При этом результаты расчетов будут характеризоваться большей точностью и надежностью.

Что касается оборотных фондов, то рыночная среда обеспечивает их автоматическую переоценку (рис. 2).

Ликвидность. При оценке ликвидности активов предприятия величину каждой группы активов корректируют при помощи весовых коэффициентов, назначаемых экспертом, которые учитывают значимость каждой группы с точки зрения сроков поступления средств. Для оборотных активов А. Д. Розенбергом разработаны коэффициенты реальности своевременного поступления денег. Так, для группы А1 коэффициент равен 1, для группы А2 – 0,9, для группы А3 – 0,7.

Таким образом, в целях определения реальной стоимости средств, формирующих себестоимость продукции, произведенной за один производственный цикл и реализованной, - ликвидная группа активов А2 – их величина уменьшится в соответствии с корректировкой на коэффициент реальности своевременного поступления денег для соответствующей группы, или:

$$\begin{aligned}
 \text{Усл.}_2[I + g + c] &= \text{Усл.}_1[I + g + c] \cdot 0,9 = \\
 &= \left\{ (I + g + c) - \left(AO_{РАСЧ}^{ПЕР} - \frac{AO_{РАСЧ}^{ПЕР}}{I_{ИНФЛ}^{ПЕР}} \right) \right\} \cdot 0,9, \quad (5)
 \end{aligned}$$

где $\text{Усл.}_2[c + v]$ - реальная стоимость готовой продукции, выпущенной за анализируемый период (производственный цикл, год), учитывающая инфляцию и ликвидность готовой продукции.

Время. Кроме инфляционных процессов и степени ликвидности активов, важно учитывать влияние фактора времени, прежде всего, с позиции морального устаревания внеоборотных активов и выпускаемого товара. С течением времени в результате развития и внедрения новой техники и технологий имеющиеся фонды в целом (а в рассматриваемом случае – это готовая продукция) не отвечают запросам потребителей и не обеспечивают современный уровень эффективности. Это отрицательно сказывается на цене таких активов. С другой стороны, если речь ведется об условной реализации высокотехнологичного, а, следовательно, дорогого продукта, то в этом случае продажа в течение короткого периода времени может быть невозможна ввиду отсутствия покупателей, способных уплатить высокую цену за данный продукт. Т.е. собственник становится перед выбором: снизить цену на продукт, чтобы осуществить моментную условную реализацию (когда за срочность сделки, уменьшается ее цена), либо увеличить период условной реализации, в течение которого повышается вероятность появления покупателя, способного обеспечить собственнику продукта его номинальную стоимость.

Предпочтения покупателей также оказывают влияние на реальную стоимость произведенной продукции. Если потребительские свойства продукта не отвечают требованиям покупателей, то равновесная

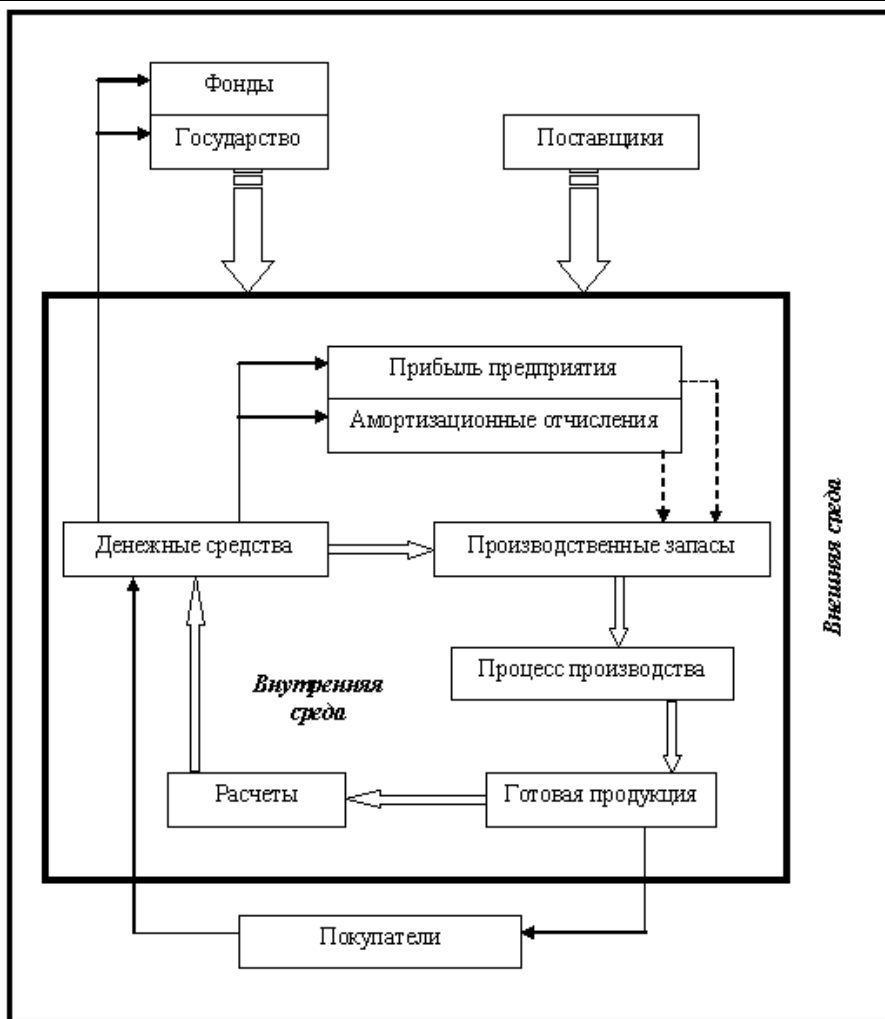


Рис. 2. Кругооборот оборотных фондов

Источник: разработка автора

цена может значительно снизиться. Или, наоборот, при наличии неудовлетворенного спроса равновесная цена может быть увеличена.

Для определения влияния фактора времени и покупательских предпочтений на реальную стоимость средств, формирующих себестоимость произведенной продукции, прибегают к экспертной оценке, основанной на изучении сложившейся рыночной ситуации. В этом случае реальная стоимость средств, формирующих себестоимость произведенной продукции, будет рассчитываться следующим образом:

$$\text{Реал.}[l + g + c] = \text{Усл.}_2[l + g + c] \cdot u = \left\{ (l + g + c) - \left(\text{АО}_{\text{РАСЧ}}^{\text{ПЕР}} - \frac{\text{АО}_{\text{РАСЧ}}^{\text{ПЕР}}}{I_{\text{ПЕР}}^{\text{ИНФЛ}}} \right) \right\} \cdot 0,9 \cdot u, \quad (6)$$

где u – экспертная оценка влияния фактора времени и покупательских предпочтений на реальную стоимость средств, формирующих себестоимость произведенной продукции.

Тогда реальная стоимость части прибыли, созданной факторами производства «труд, земля и капитал», $(\text{Реал. } p [l + g + c])$ рассчитывается по формуле:

$$\text{Реал. } p [l + g + c] = \text{Реал.}[l + g + c] \cdot r, \quad (7)$$

где r – ставка процента по депозиту (или ставка рефинансирования).

Следовательно, реальная стоимость части прибыли, приносимой совокупностью факторов производства «предприимчивость» и «информация» ipr , или синергичный эффект, $(\text{Реал. } p [ipr])$ будет определяться расчетом:

$$\text{Реал. } p [ipr] = p - \text{Реал. } p [l; g; c]. \quad (8)$$

Результатом деятельности управленческого звена может быть одна из следующих ситуаций.

1. Положительное значение СЭПИ и прибыли предприятия. В этом случае эффективность управления факторами производства на предприятии оценивается высоко.
2. Предприятие получает прибыль, значение СЭПИ отрицательное, но имеет место его рост за анализируемый период. То есть в течение анализируемого периода СЭПИ меняет знак с «-» на «+», либо отрицательная сумма СЭПИ уменьшается. Такая ситуация говорит об эффективности проводимых управленческих мероприятий. Оценить их эффективность можно при помощи расчета крутизны линии роста СЭПИ.
3. Предприятие несет убытки, и величина СЭПИ уменьшается. Это значит, что ресурсы предприятия используются неэффективно. В этом случае часто наблюдается сокращение средств предприятия, отражаемое в балансе: в пассиве – это уменьшение собственных источников средств (вследствие возникновения / роста убытков), в активе – уменьшение элемента денежных средств и смещение структуры оборотных активов в сторону готовой продукции на складах и дебиторской задолженности. СЭПИ представляет собой продукт работы аппарата управления, поэтому его величина напрямую зависит от качества этой работы. Основными факторами, влияющими на качество работы управленческого персонала, являются:
 - ✓ величина заработной платы,
 - ✓ возможность повышения квалификации,
 - ✓ социальная обеспеченность работников.
 Проанализировать влияние каждого фактора на изменение СЭПИ за период (год) можно способом множественной корреляции. При этом факторная модель будет иметь вид:

$$\text{СЭПИ} = a_0 \cdot Z_{\text{ГЛ}}^{a_1} \cdot Z_{\text{КВ}}^{a_2} \cdot Z_{\text{СОЦ}}^{a_3}, \quad (9)$$

где $Z_{ПЛ}$ – затраты на оплату труда, $Z_{КВ}$ – затраты предприятия на повышение квалификации работников, $Z_{СОЦ}$ – затраты на обеспечение социальных условий труда, a_0, a_1, a_2, a_3 – коэффициенты нелинейной зависимости между факторами и результативным показателем.

Эффективность (в процентах) влияния указанных факторов на качество работы управленческого персонала, можно определить соотношением изменения СЭПИ и изменения соответствующих затрат за анализируемый период:

$$\frac{\Delta СЭПИ}{\Delta Z_{ПЛ} + \Delta Z_{КВ} + \Delta Z_{СОЦ}} \cdot 100\% \quad (10)$$

Чем выше данное соотношение, тем эффективнее работа предприятия.

Поскольку вышеуказанные факторы, а именно затраты по ним, являются составной частью оборотных активов, имеет смысл считать их оборачиваемость и длительность оборота для обеспечения полноты анализа их эффективности.

$$Коб^{СЭПИ} = \frac{СЭПИ}{\bar{Z}_{ПЛ} + \bar{Z}_{КВ} + \bar{Z}_{СОЦ}}, \quad (11)$$

$$\bar{Z}_j = \frac{\sum_{i=1}^{12} Z_{ji}}{12}, \quad (12)$$

$$D = \frac{T_{пер}}{Коб} = \frac{360 \text{ дней}}{Коб}, \quad (13)$$

где j – фактор, влияющий на СЭПИ, i – номер месяца анализируемого года,

\bar{Z}_j – среднегодовая величина исследуемого фактора.

Заключение

1. В условиях ограниченности ресурсов важную роль играет умение их эффективно использовать. Данная задача решается руководителями всех уровней управления на предприятии. При этом в хозяйственный оборот вовлекаются факторы производства «предприимчивость» и «информация», которые в результате синергического эффекта приносят особый вид дохода.

2. Прибыль от производства и реализации продукции p состоит из двух частей: дохода по банковскому проценту от средств, эквивалентных вложенным в набор факторов производства «труд-земля-капитал»; дохода, сформированного взаимодействием предприимчивости и информации (СЭПИ). СЭПИ является продуктом труда аппарата управления предприятия и напрямую зависит от качества этого труда. В свою очередь, качество управленческого труда зависит от ряда факторов, например, заработной платы, возможности карьерного роста и др.
3. Для расчета СЭПИ недостаточно знать номинальную стоимость средств, формирующих себестоимость произведенной и реализованной продукции, а необходимо определять их реальную стоимость, скорректированную на влияние инфляции, времени, предпочтений покупателей, с учетом ликвидности соответствующей группы активов.
4. При анализе динамики СЭПИ можно выделить три базовых ситуации: «оптимистическая» - характеризуется положительными величинами прибыли и СЭПИ; «пессимистическая» - характеризуется отрицательными значениями прибыли и СЭПИ; «пограничная» - характеризуется отрицательной суммой прибыли и положительной динамикой величины СЭПИ. На величину СЭПИ оказывают влияние инструменты внутренней и внешней среды.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Барр, Р. Политическая экономия: В 2-х тт. – Т. 1: Пер. с фр. – М.: Междунар. отношения, 1995. – 608 с.
2. Кивачук, В. С. Оздоровление предприятия: экономический анализ / В. С. Кивачук. – М.: Изд-во деловой и уч. лит.; Мн.: Амалфея, 2002. – 384 с.
3. Савицкая, Г. В. Экономический анализ: Учеб. / Г. В. Савицкая. – 8-е изд., перераб. – М.: Новое знание, 2003. – 640 с. – (Экономическое образование).
4. О вопросах переоценки основных средств, не завершенных строительством объектов и неустановленного оборудования: Указ Президента Республики Беларусь, 20 октября 2006 г., № 622 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2008. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/webnpa/text.asp?RN=p30600622>. – Дата доступа: 5.05.2008.

Материал поступил в редакцию 15.05.08

OLESHKEVICH N. THE CONCEPT OF SYNERGISTIC RESULT OF ENTERPRISE AND THE INFORMATION.

The concept of synergistic result from "enterprise" and "information" interaction is given. There are determined the instruments under the influence of which the synergistic result value is changed. The estimation technique of synergistic result of enterprise and the information is offered. The three basic situations of synergistic result are considered. There are singled out the factors of qualitative administrative work influencing the synergistic result value.

УДК 339.138

Яровая В.В.

СПЕЦИФИКА МЕДИЙНЫХ ФОРМ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ИСПОЛЪЗУЕМЫХ В ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Введение. Самым универсальным и динамичным, пожалуй, среди рынков товаров народного потребления является рынок продуктов питания. Неотъемлемым атрибутом процесса продаж этих продуктов является реклама. В данном товарном сегменте особенностью рекламы является – массовость потребителей. Общие особенности рекламы продуктов питания состоят в том, что в ней преобладает доля эмоциональных выражений.

Очень часто на практике возникает вопрос о рациональности применения тех или иных коммуникационных элементов. Это объясняется тем, что затраты на коммуникацию, как правило, очень высоки. На практике же применяется наиболее оптимальное их сочетание при минимуме затрат.

Для выбора оптимального сочетания форм рекламной деятельности в пищевой промышленности, как, впрочем, и в других отрас-

лях, в первую очередь рассматривается и оценивается ряд маркетинговых вопросов, которые учитывают следующие факторы:

1. Анализ и оценка рыночных возможностей.
2. Оценка маркетинговой среды на микро- и макро- уровнях.
3. Оценка контролируемых переменных, с помощью которых обеспечивается нужная реакция рынка (товар, цена, методы продажи, реклама и стимулирование сбыта и пр.).
4. Уровень подготовки кадров.
5. Методы оценки эффективности затрат.

Детальный анализ ранее указанных факторов позволяет выявить потребность в определенном перечне форм рекламной деятельности, присущих производителю данной отрасли. Для получения максимального эффекта от рекламной кампании необходимо первоначально максимально четко определиться с целями и обратным

Яровая В.В., аспирант Брестского государственного технического университета. Беларусь, БрГТУ, 224017, г. Брест, ул. Московская, 267.