

повышение привлекательности товара. Аналогичную цель преследует и стратегия модификации одного или нескольких элементов маркетингового комплекса (цены, сбыта, рекламы, стимулирования сбыта, личных продаж, сервиса).

Таким образом, изучение основных стратегических проблем современного маркетинга позволяет разрабатывать и претворять в жизнь маркетинговые стратегии с учетом изменяющейся конъюнктуры рынка, экономической ситуации, сложившейся в стране, а в итоге создать условия для повышения конкурентоспособности выпускаемой продукции на внутреннем и внешнем рынках и прибыльность бизнеса.

ЛИТЕРАТУРА

1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Пер. с англ.; Под ред. Л.А. Волковой, Ю.Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2000. – 752 с.

УДК 658.512.22

В.В. Судник, аспирант; Н.Г. Судник, сотрудник НИИ труда

КОНТРОЛЬ ЗА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ СТРУКТУР, ФУНКЦИОНИРУЮЩИХ НА БАЗЕ ОДНОЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ЦЕПОЧКИ

In the article it has been offered a control mechanism of creation and functioning of integrativ production structures grup on production and realization finished products, its results are considered by the concrete example.

В рыночных условиях для эффективного функционирования предприятий необходимо создание интеграционных организационно-производственных структур (финансово-промышленных групп), объединяющих в своем составе заготовку сырья, обработку и сбыт готовой продукции. Для производства необходимо создать технологическую цепочку (ТЦ), которая обеспечит переработку сырья, необходимый объем производства и качество продукции. Контроль за деятельностью ТЦ является важным моментом создания таких структур.

Для первоначального анализа функционирования бывает достаточно показателя интегральной эффективности (Э_ц). Этот показатель отражает качество работы объединения, работающего на базе одной ТЦ, в целом и рассчитывается путем соотнесения чистой прибыли объединения к его активам. Но зачастую перед руководством ТЦ возникает необходимость ответить на вопрос: эффективнее ли функционирование предприятий в качестве единого целого, чем функционирование каждого предприятия по отдельности, и насколько? Показатель эффективности (Э_ц) не дает ответа на поставленный вопрос.

Очевидно, что для этого необходимо получить показатель, при расчете которого соотносится интегральный показатель эффективности функционирования ТЦ с каким-то другим показателем, отражающим общую эффективность функционирования предприятий, действующих самостоятельно.

За показатель, отражающий общую эффективность независимых предприятий, можно, например, принять среднее значение показателей эффективности (рентабельности), вычисленных для каждого предприятия.

Таким образом, формула для вычисления искомого показателя будет выглядеть следующим образом [1]:

$$\text{ИП} = \mathcal{E}_{\text{Ц}} / \mathcal{E}_{\text{СРХ}}, \quad (1)$$

где ИП – искомый показатель; $\mathcal{E}_{\text{Ц}}$ – интегральная эффективность ТЦ; $\mathcal{E}_{\text{СРХ}}$ – среднее экономическое значение показателей эффективности отдельных предприятий.

Назовем искомый показатель показателем взаимодействия (ПВ). ПВ соотносит эффективность ТЦ и среднюю эффективность предприятий-участников ТЦ. Для простоты $\mathcal{E}_{\text{СРХ}}$ будем в дальнейшем обозначать $\mathcal{E}_{\text{СР}}$. В общем виде показатель взаимодействия можно представить следующей формулой:

$$\text{ПВ} = \mathcal{E}_{\text{Ц}} / \mathcal{E}_{\text{СР}}, \quad (2)$$

где ПВ – показатель взаимодействия; $\mathcal{E}_{\text{Ц}}$ – интегральная эффективность технологической цепочки; $\mathcal{E}_{\text{СР}}$ – средняя эффективность предприятий-участников ТЦ, которая вычисляется по формуле

$$\mathcal{E}_{\text{СР}} = \frac{1}{n-1} (\mathcal{E}_1 / 2 + \sum_{i=2}^{n-1} \mathcal{E}_i + \mathcal{E}_n / 2), \quad (3)$$

где \mathcal{E}_1 – эффективность первого предприятия ТЦ; \mathcal{E}_i – эффективность i -го предприятия, вычисляемая как отношение чистой прибыли к валовым активам; \mathcal{E}_n – эффективность n -го предприятия ТЦ; n – количество предприятий-участников ТЦ.

Таким образом, для определения качества взаимодействия предприятий в рамках ТЦ необходимо соотнести интегральную эффективность ТЦ и среднюю эффективность предприятий-участников ТЦ.

Пример.

Для анализа рассмотрим данные за два года функционирования производственной программы, представленные в табл. 1 и 2.

Таблица 1

Финансовые показатели предприятий за 1-й год, у.е.

	1	2	3	4	5	6	7
Чистая прибыль (ЧП _{<i>i</i>})	100	250	200	150	150	300	350
Всего активов (Ва _{<i>i</i>})	1 100	1 600	1 300	1 450	2 100	1 900	1 650
Эффективность (Э _{<i>i</i>})	9,1%	15,6%	15,4%	10,3%	7,1%	15,8%	21,2%
Интегральная эффективность (Э _Ц)	13,5%						
Средняя эффективность (Э _{СР})	13,2%						

Таблица 2

Финансовые показатели предприятий за 2-й год, у.е.

	1	2	3	4	5	6	7
Чистая прибыль (ЧП _{<i>i</i>})	150	200	250	300	200	250	200
Всего активов (Ва _{<i>i</i>})	1 700	1 600	1 900	2 100	1 750	1 850	1 650
Эффективность (Э _{<i>i</i>})	8,8%	12,5%	13,2%	14,3%	11,4%	13,5%	12,1%
Интегральная эффективность (Э _Ц)	12,4%						
Средняя эффективность (Э _{СР})	12,6%						

Рассчитаем показатель взаимодействия для каждого года:

$$\text{ПВ}_{1\text{-й г.}} = 13,5 / 13,2 = 1,023;$$

$$\text{ПВ}_{2\text{-й г.}} = 12,4 / 12,6 = 0,983.$$

Таким образом, взаимодействие предприятий было более эффективным в 1-й год. А поскольку в 1-й год показатель взаимодействия больше 1 – в производственной программе синергизм наблюдался, а во 2-й год – меньше 1, то есть – синергизма нет.

Руководству предприятия совместно с руководством ТЦ необходимо выявить причины и источники недоработок (низкая производительность какого-либо цеха, отсутствие каналов сбыта и др.) и сформировать управляющее воздействие.

ЛИТЕРАТУРА

1. Судник В.В. Некоторые аспекты создания системы оперативного управления производством корпораций // Экономический вестник. – 2001. – № 4. – С. 650–663.

УДК 630*9

А.Н. Валько, аспирант

ХОЛДИНГОВАЯ КОМПАНИЯ И ФИНАНСОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ ГРУППА: СХОДСТВА И РАЗЛИЧИЯ

Holding company and financial-industrial group: likenesses and differences.

В последнее время много говорится о необходимости преобразования промышленности страны с целью повышения эффективности работы отечественных предприятий. А так как основной проблемой для большинства белорусских предприятий является высокий уровень морального и физического износа основных фондов и отсутствие либо недостаток собственных средств на их обновление, то главной задачей на современном этапе становится поиск инвесторов, готовых вложить свои средства в белорусские предприятия и тем самым вывести их на качественно новый уровень. Один из способов решения данной задачи для Правительства Республики Беларусь видится в создании интегрированных корпоративных структур, под которыми понимаются объединения юридически или хозяйственно самостоятельных организационных единиц (предприятий, банков и др.), осуществляющих совместную деятельность на основе слияния активов или же при соблюдении договорных (контрактных) обязательств, направленных на достижение совместных целей.

Наибольший акцент из всего разнообразия корпоративных структур делается на холдинговые компании и финансово-промышленные группы (ФПГ). В литературе иногда встречается подмена этих двух понятий, так как у них много общего. И не всегда даже близкие к экономике люди могут четко и уверенно указать на разницу между ними. А между тем различия весьма существенны.

Так, законодательством Республики Беларусь предусмотрена возможность создания холдинга как юридического лица в любой организационно-правовой форме (за исключением финансового холдинга). В состав активов холдинга должны входить контрольные пакеты акций других предприятий, не допускается перекрестное владение акциями, когда дочерние компании держат взаимнообразно часть своих акций друг у друга. Именно владение контрольными пакетами акций дочерних предприятий позволяет холдинговой компании осуществлять функции управления и контроля по отношению к ним. Это и есть основополагающая сущность функционирования холдингов.

Что касается ФПГ; то она представляет собой форму договорного объединения предприятий, т. е. действует на основе договора о создании. Причем ФПГ не является юридическим лицом. Закон Республики Беларусь «О финансово-промышленных груп-