

ODDELENIE MANAŽMENTU CHEMICKÝCH A POTRAVINÁRSKÝCH TECHNOLOGIÍ
DEPARTMENT OF MANAGEMENT OF CHEMICAL AND FOOD TECHNOLOGIES
ÚSTAV MANAŽMENTU SLOVENSKEJ TECHNICKEJ UNIVERZITY V BRATISLAVE
INSTITUTE OF MANAGEMENT OF SLOVAK UNIVERSITY OF TECHNOLOGY IN BRATISLAVA



02/2014
ROČNÍK VI

MANažment a EKOnomika podniku

JOURNAL OF CORPORATE MANAGEMENT AND ECONOMICS

Redakčná rada

Predseda: Doc. Ing. Irina Bondareva, CSc., ÚM STU, Bratislava

Podpredseda: Doc. Ing. František Lipták, DrSc., FaME UTB Zlín, ext. člen

Členovia:

SR

Prof. Ing. Július Alexy, CSc., EU Bratislava

Doc. Ing. Daniela Špírková, PhD., ÚM STU, Bratislava

Doc. Ing. Monika Zatrochová, PhD., ÚM STU, Bratislava

Zahraničie

Prof. Ing. Valerij Afanasjev, DrSc., MGUDT, Moskva, RF

Prof. Ing. Irina Družinina, CSc., MGUDT, Moskva, RF

Prof. Ing. Ivan Gros, CSc., VŠCHT, Praha, ČR

Doc. Ing. Stanislava Grosová, CSc., VŠCHT, Praha, ČR

Doc. Ing. Aleš Hes, Ph.D., ČZU Praha, ČR

Doc. Ing. Alena Kocmanová, Ph.D., VUT Brno, ČR

Assoc. Prof. Dr. Jogaila Mačerinskas, Vilniuská univerzita, Vilnius, Litva

Doc. Ing. Renáta Myšková, Ph.D., Univerzita Pardubice, ČR

Prof. Ing. Petr Němeček, Ph.D., VUT Brno, ČR

Prof. Ing. Hana Lošťáková, Ph.D., Univerzita Pardubice, ČR

Prof. Elena Shibanova-Roenko, Ph.D., UK Academy of Education, London, UK

Vedecká rada

Predseda: Doc. Ing. Elena Šúbertová, PhD., EU Bratislava

Členovia:

Prof. Ing. Edita Hekelová, PhD., SjF STU, Bratislava

Doc. PhDr. Iveta Šimberová, Ph.D., VUT Brno, ČR

Doc. Ing. Jana Kajanová, PhD., FM UK, Bratislava

Zodpovedný redaktor: Ing. Jana Plchová, PhD.

Grafická a redakčná úprava: Ing. Jakub Rečičár, PhD., Ing. Róbert Tomčík

Správca webovej stránky časopisu: Ing. Juraj Tomlain, PhD.

Číslo 2/2014 bolo redakčne spracované v mesiacoch október – december 2014

Adresa redakcie: OMCHaPT ÚM STU
Vazovova 5
812 43 Bratislava
e-mail: jana.plchova@stuba.sk



Časopis MANEKO vychádza v spolupráci so Slovenskou spoločnosťou priemyselnej chémie FCHPT STU v Bratislave pri ZSVTS (Zväz slovenských vedecko-technických spoločností)

OBSAH

<i>Антонов Алексей Павлович</i> ОЦЕНКА СТРУКТУРНОГО МНОГООБРАЗИЯ СИСТЕМЫ.....	161
<i>Антонов Алексей Павлович – Дружинина Ирина Александровна</i> ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ РИСКА НЕПЛАТЁЖЕСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ.....	171
<i>Irina Bondareva – Róbert Tomčík</i> CROWDFUNDING – NOVÝ SPÔSOB AKO FINANCOVAŤ INOVAČNÉ PROJEKTY.....	178
<i>Ченцова Карина Игоревна – Николаева Любовь Николаевна</i> ПОДХОДЫ К РАЗРАБОТКЕ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ.....	189
<i>Ирина Александровна Дружинина – Ирина Анатольевна Бондарева – Алексей Павлович Антонов</i> ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФИНАНСОВОГО ПОТЕНЦИАЛА КОМПАНИЙ.....	195
<i>Ирина Александровна Дружинина – Ирина Анатольевна Бондарева – Диана Борисовна Шальмиева</i> ДИАГНОСТИКА ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ, БЛАГОПРИЯТНОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ КОМПАНИЙ.....	204
<i>Veronika Jánošová</i> DIVERZIFIKÁCIA SLOVENSKÝCH ŠTÁTNYCH DLHOPISOV.....	213
<i>Кирбякова Марина Александровна – Юдина Ирина Сергеевна</i> ИМИТАЦИЯ ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МЕТОДА МОНТЕ – КАРЛО НА ПРИМЕРЕ САЛОНА ОБУВИ KAPRICCI.....	221
<i>Татьяна Коляда</i> ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ БЮДЖЕТНОЙ ДЕЦЕНТРАЛИЗАЦИИ В УКРАИНЕ.....	229
<i>Martina Kuperová</i> LOGISTICS IN SMALL AND MEDIUM-SIZED COMPANIES IN SLOVAKIA.....	239
<i>Marta Markovičová</i> BANKOVÉ ÚVERY PRE ŽIVNOSTNÍKOV, MIKRO A MALÉ PODNIKY.....	247
<i>Нефедова Лариса Вячеславовна – Афанасьева Анна Ивановна</i> ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЦЕССОМ ПРОИЗВОДСТВА ШВЕЙНЫХ ИЗДЕЛИЙ В ВИРТУАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ.....	256
<i>Пурыскина Валентина Анатольевна – Радько Сергей Григорьевич</i> ТРУДОВОЙ ПОТЕНЦИАЛ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ РАБОТНИКОВ.....	267

ОЦЕНКА СТРУКТУРНОГО МНОГООБРАЗИЯ СИСТЕМЫ

EVALUATION OF THE STRUCTURAL MULTIFORMITY OF THE SYSTEM

Антонов Алексей Павлович

Abstract Every system may be described by the structure, variety of the elements and by the multiformity of the conditions, which is characterized by the index SMI (structural multiformity). Entropy is its example. It's proved that the environment entropy for the closed system is 0. When 'dirigible chaos' is formatted the system multiformity is growing. But at the same time it's stability comes down and the probability of the structural modifications get up. The stability index comes down when the system is described as polystructural. It means the growing of risks of the uncontrolled structural changes.

Purpose of the article The description of the structural multiformity. The theorem proving about 'dirigible chaos' and about closed system. The calculation of the index of the structural stability for the monostructured and polrstructured systems.

Methodology/methods The investigation bases on the conception of the structural determinism and on the mathematical logic methods.

Scientific aim Working out of the index for the comparative structural analysis of the system. Substantiation of the structural determinism conception. The grade of the system structural analysis.

Findings The author requires the index of the structural determinism and index of the structural stability of the closed system. The theorems about structural multiformity of the environment of the closed system and about 'dirigible chaos' are formulated and proved.

Conclusions (limits, implications etc.) The system structural multiformity may be estimated by the entropy index. The system is closed when it's environment is characterized with drab. When the 'dirigible chaos' appears, the system multiformity is growing.

Keywords: structural multiformity, structural determinism, entropy, the structural multiformity index (SMI), the closed system, structural stability of the closed system, 'dirigible chaos'

JEL Classification: C02, C13, C65, O11

ВВЕДЕНИЕ

Всё, что нас окружает в материальном и нематериальном мире, можно назвать совокупностью систем различного вида и содержания. Изучением каждого вида занимается определённая область науки. Все эти системы объединяет поиск и исследование механизма изменений, происходящих в рамках определённой системы.

Любые системы, независимо от своей природы, обладают общими чертами, делающими их похожими друг на друга. Это сходство обусловлено описанием систем с помощью их структуры в различных областях науки. Что ещё раз подтверждает эмпириомонистическую концепцию познания мира, предложенную А.А. Богдановым (Малиновским) (БОГДАНОВ, А.А., 1905, с.57). Эта концепция позволяет переносить закономерности системных изменений из неживой природы в изучение биологических и социально-экономических систем. Важным аспектом является единый подход к описанию систем и количественной оценке их структур.

1 СТРУКТУРА И СТРУКТУРНЫЙ ДЕТЕРМИНИЗМ

Прежде всего, необходимо определить содержание понятия «система» как объекта предлагаемого исследования. Существует множество определений этой категории, используемых в зависимости от контекста, области знаний и целей исследования. Основным фактором, влияющим на различие в определениях, состоит в том, что в применении понятия «система» есть двойственность. С одной стороны оно используется для обозначения объективно существующих объектов, а с другой стороны — как метод изучения и представления тех же объектов, то есть как субъективная модель реальности (КОРИКОВ, А.М., ПАВЛОВ, С.Н., 2008, с. 12.). В связи с этой двойственностью авторы определений различают, по меньшей мере, два аспекта, как отличить системный объект от несистемного и как построить систему путём выделения её из окружающей среды. На основе первого подхода даётся дескриптивное (описательное) определение системы, на основе второго — конструктивное, иногда они сочетаются (КОРИКОВ, А.М., ПАВЛОВ, С.Н., 2008, с. 12.).

Примером дескриптивного определения понятия «система» является следующее: «Система – множество элементов, находящихся в отношениях и связях друг с другом, которое образует определённую целостность, единство» (Большой Российский энциклопедический словарь, 2007, с. 1567). Конструктивное определение имеет следующий вид: «Система – это конечное множество функциональных элементов и отношений между ними, выделенное из среды в соответствии с определённой целью в рамках определённого временного интервала» (САГАТОВСКИЙ, В.Н., 1973, с. 419). Таким образом, главным отличием конструктивных определений является наличие цели существования или изучения системы с точки зрения наблюдателя или исследователя, который при этом явно или неявно вводится в определение. Однако определения имеют общую черту, заключающуюся в представлении системы как целого, состоящего из частей. Описание системы с этой позиции состоит в выделении следующих качеств: разнообразие, структура и многообразие. Под разнообразием предлагается подразумевать количество частей целого или число элементов, из которых состоит система (N).

В общем понимании структура – это совокупность внутренних связей, строение, внутреннее устройство чего-либо (ОЖЕГОВ С. И., ШВЕДО-ВА Н.Ю., 1999, с. 667). Она описывается через распределение некоторого качества между частями целого (элементами системы). Наличие этого качества и возможность его обмена с другими

элементами, образующими систему, т.е. способность устанавливать внутренние связи, является необходимым условием рассмотрения объекта как части целого. Таким образом, это качество можно назвать системообразующим. Тогда определение понятия «структура» приобретает следующий вид – это мера распределения системообразующего качества между частями целого. Если рассматривается одно системообразующее качество, то имеет место моноструктурное описание системы. При описании системы с помощью нескольких качеств возникает полиструктура. Показатель разнообразия при этом трансформируется в N_j , где $j=1 \div M$. Значение (M) характеризует число системообразующих качеств. Далее в статье будет рассматриваться одинаковое разнообразие системы для всех системообразующих качеств ($N_1 = N_2 = \dots = N_M = N$).

Процесс изменения описывается исходным и конечным состояниями системы через сочетание разнообразия образующих её частей и структуры распределения системообразующего качества между ними в начальный и конечный моменты времени. В различных областях науки делается вывод о стремлении замкнутой системы к равномерному состоянию, т.е. равномерному распределению системообразующего качества между элементами разнообразия. Таким образом, структура может рассматриваться дуалистично – и как источник, и как конечная цель системных изменений.

Общим учением о взаимосвязи и взаимообусловленности явлений и процессов реальности является детерминизм. Представления о детерминизме входят в систему научного метода – они нацеливают исследование на анализ и раскрытие условий, причин и закономерностей, любых изменений в природе, обществе и мышлении. Основываясь на выводе о дуалистичности структуры и описанной сущности детерминизма, можно назвать процесс изменения системы детерминизмом её структурных особенностей или просто структурным детерминизмом. Соответственно, при полиструктурном рассмотрении системы детерминизм становится полиструктурным.

Для характеристики структуры можно использовать показатель удельного веса i -го элемента системы. При моноструктурном описании системы формула удельного веса (p_i , $i = 1 \div N$) выглядит следующим образом:

$$p_i = \frac{x_i}{\sum_{i=1}^N x_i}, \quad (1)$$

где x_i – показатель системообразующего качества, принадлежащего i -му элементу системы.

При рассмотрении нескольких системообразующих качеств i -й элемент системы описывается мерой j -го качества, которым он обладает (x_{ij}). Тогда формула (1) приобретает следующий вид:

$$p_{ij} = \frac{x_{ij}}{\sum_{i=1}^{N_j} x_{ij}}, \quad (2)$$

где p_{ij} – удельный вес i -го элемента системы при распределении j -го системообразующего качества.

Показатель удельного веса p_{ij} можно трактовать как вероятность проявления i -м элементом j -го качества при функционировании системы. Необходимым условием функционирования является установка информационных связей с целью объединения системообразующих качеств, которыми располагают части целого (элементы системы). Совокупность удельных весов частей целого описывает отдельные элементы системы, но не характеризует её в целом.

2 ПОКАЗАТЕЛИ СТРУКТУРНОГО МНОГООБРАЗИЯ

Охарактеризовать систему с позиции распределения системообразующего качества между её элементами при моноструктурном описании можно с помощью функции, где аргументами являются разнообразие (N) и удельные веса элементов системы (p_i):

$$S_N = F(p_i; N) \quad (3)$$

Показатель S_N можно назвать структурным многообразием системы, состоящей из N элементов. Он характеризует её способность генерировать состояния через различные сочетания проявления системообразующего качества частями целого (элементами системы).

При переводе термина «многообразие» на английский язык возникла сложность, связанная с тем, что словосочетание «the diversity of» означает и многообразие и разнообразие. Эти два понятия в рассматриваемом контексте отличаются друг от друга. Поэтому предлагается, используя латинские слова «multy» (множественность) и «form» (форма) получить термин «multiformity», который по смыслу соответствует понятию «многообразие» в английском языке. Терминологическая формула «показатель структурного многообразия» соответствует словосочетанию на английском языке – «Structural Multiformity Index» или аббревиатуре *SMI*.

Показатель структурного многообразия (*SMI*) должен обладать следующими свойствами:

- 1) если $N=1$, то $S_N = 0$, т.е. при доминировании определённого элемента в структуре многообразие отсутствует;
- 2) если $N=const$, то $S_N = max$ при $p_i = 1/N$, т.е. при неизменном разнообразии максимально возможное многообразие достигается за счёт равномерного распределения системообразующего качества между частями целого (элементами системы);
- 3) если $A > B$, то $F(1/A; A) > F(1/B; B)$, это значит, что показатель структурного многообразия при равномерном распределении системообразующего качества между частями целого тем больше, чем больше разнообразие системы.

Перечисленным свойствам соответствует показатель энтропии (КОРОЛЁВ, О. Л., КУССЫЙ, М.Ю., СИГАЛ, М.Ю., 2013, с.26), который рассчитывается по формуле (4):

$$S_N = - \sum_{i=1}^N p_i \ln p_i \quad (4)$$

В контексте настоящего исследования показатель (4) можно назвать моноструктурной энтропией. Для перехода к оценке полиструктурного многообразия

следует описать часть целого как вероятность проявления им всех системообразующих качеств. Удельный вес i -го элемента системы описывается по следующей формуле:

$$p_i = \prod_{j=1}^M p_{ij} \quad (5)$$

Подставив выражение (5) в формулу структурной энтропии (4) получаем:

$$S_{N,M} = - \sum_{i=1}^N \left(\prod_{j=1}^M p_{ij} \right) \ln \left(\prod_{j=1}^M p_{ij} \right) \quad (6)$$

После преобразования выражение (6) принимает следующий вид:

$$S_{N,M} = \left(\prod_{j=1}^M \sum_{i=1}^N p_{ij} \right) * \left(- \sum_{j=1}^M \sum_{i=1}^N p_{ij} \ln(p_{ij}) \right) \quad (7)$$

Так как $\sum_{i=1}^N p_{ij} = 1$ и с учётом формулы (4), выражение (7) можно преобразовать следующим образом:

$$S_{N,M} = - \sum_{j=1}^M \sum_{i=1}^N p_{ij} \ln(p_{ij}) = \sum_{j=1}^M S_{N,j} \quad (8)$$

Полиструктурное многообразие системы ($S_{N,M}$) является суммой моноструктурных многообразий системообразующих качеств ($S_{N,j}$). Это означает, что недостаточную развитость одного из качеств можно восполнить диверсификацией других. Если предположить закрытый характер системы, то процесс её изменения заключается в перераспределении системообразующих качеств между частями целого.

3 ОПИСАНИЕ ЗАКРЫТОЙ СИСТЕМЫ С ПОМОЩЬЮ ПОКАЗАТЕЛЯ СТРУКТУРНОГО МНОГООБРАЗИЯ

Под закрытой системой в теории управления подразумевается система, изолированная от внешней среды. Внешних управляющих и возмущающих воздействий у такой системы не существует, только результаты внутренних процессов влияют на ее изменения (БОЛЬШОЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ СЛОВАРЬ). Отсутствие внешних возмущений, в свою очередь, предполагает однообразие окружающей среды.

На основе данного определения можно сформулировать следующую теорему. Система может считаться закрытой, если многообразие среды равняется 0, т.е. система образует единичную структуру в надсистеме, и структурная энтропия надсистемы равна 0. Необходимо определить следующие понятия и принять соответствующие обозначения.

Уровень рассматриваемой системы можно обозначить как «и». Тогда уровень надсистемы – это «и+», а подсистемы – «и-». Разнообразие системы обозначим как «N», разнообразие надсистемы – «K», а подсистем «L_i», где $i = 1 \div N$. Показатель

структурного многообразия системы – S_N^u , надсистемы – S_K^{u+} и подсистемы – $S_{L_i}^{u-}$. С учётом принятых обозначений утверждение об условии закрытости системы принимает следующий вид.

Система с показателем структурного многообразия S_N^u является закрытой, если $S_K^{u+} = 0$, т.е. $K = 1$.

Доказательство сформулированного утверждения сводится к опровержению предположения о том, что при $K \neq 1$ показатель структурного многообразия надсистемы сохранит нулевое значение.

При наличии разнообразия элементов надсистемы в силу множественности системообразующих качеств можно выявить те из них, которые определяют тождественность элементов формирующих разнообразие системы, а значит, сводящее его к однообразию. Элементы, отличные друг от друга, образуют информационные связи, обусловленные этим отличием или градиентом системообразующего качества. Частные проявления подобной связи рассмотрены в теореме Онзагера, объясняющей причину возникновения линейных термодинамических связей (ГРООТ, де С.Р., 1956, с.23). Реализуя предположение о разнообразии среды закрытой системы, необходимо согласиться с возникновением пространственно-временных градиентов, возникающих между элементами надсистемы S_K^{u+} . В этом случае формируется многообразие среды закрытой системы ($S_K^{u+} > 0$). Чтобы многообразие осталось прежним ($S_K^{u+} = 0$), пространственно-временные градиенты должны отсутствовать, т.е. элементы среды закрытой системы должны быть тождественны друг другу. Это возможно только в том случае, когда закрытая система находится в надсистеме, состоящей только из неё одной. Данный вывод позволяет опровергнуть сделанное предположение ($K \neq 1$) и доказывает условие закрытости (изолированности) системы, сформулированное в виде теоремы.

Следующей теоремой, которую можно доказать с помощью показателя структурного многообразия (SMI), является утверждение о том, что «управляемый хаос» приводит к увеличению структурного многообразия системы или насыщает её системообразующим качеством при увеличении разнообразия.

Прежде всего, следует расшифровать понятие «управляемый хаос». Его смысл состоит в раскрытии границ какой-либо подсистемы и превращение её элементов в разнообразие системы. Используя введённые обозначения и формулу (4), можно описать начальное и конечное состояния системы, прошедшей через процесс «управляемого хаоса». Им соответствуют выражения (9) и (10):

$$\text{Начальное состояние системы: } \theta_1 = S_N^u = - \sum_{i=1}^N p_i^u \ln p_i^u \quad (9)$$

$$\begin{aligned} \text{Результирующее состояние системы: } \theta_2 &= S_{N-1}^u + S_{L_N}^u = \\ &= - \sum_{i=1}^{N-1} p_i^u \ln p_i^u - \sum_{t=1}^{L_N} p_t^u \ln p_t^u, \end{aligned} \quad (10)$$

где p_i^u – удельный вес i -го элемента системы u -го уровня;

p_t^u – удельный вес t -го элемента N -ой подсистемы, импортированного на u -й уровень.

Необходимо доказать, что структурное многообразие θ_2 всегда больше или равно θ_1 ($\theta_2 \geq \theta_1$).

Удельный вес (p_t^u) t -о элемента N -ой подсистемы на u -ом определяется по следующей формуле:

$$p_t^u = p_N^u * p_t^{u-}, \quad (11)$$

где p_N^u – удельный вес N -го элемента системы u -го уровня;

p_t^{u-} – удельный вес t -го элемента внутри N -ой подсистемы на уровне « u -».

С учётом формулы (11) результирующее состояние системы приобретает следующий вид:

$$\theta_2 = - \sum_{i=1}^{N-1} p_i^u \ln p_i^u - \sum_{t=1}^{L_N} (p_N^u * p_t^{u-}) \ln(p_N^u * p_t^{u-}) \quad (12)$$

Далее можно преобразовать выражение (12):

$$\begin{aligned} \theta_2 &= - \sum_{i=1}^{N-1} p_i^u \ln p_i^u - \sum_{t=1}^{L_N} (p_N^u * p_t^{u-}) (\ln(p_N^u) + \ln(p_t^{u-})) = \\ &= - \sum_{i=1}^{N-1} p_i^u \ln p_i^u - \sum_{t=1}^{L_N} (p_N^u * p_t^{u-}) \ln(p_N^u) - \sum_{t=1}^{L_N} (p_N^u * p_t^{u-}) \ln(p_t^{u-}) = \\ &= - \left\{ \sum_{i=1}^{N-1} p_i^u \ln p_i^u + (p_N^u * \ln p_N^u) \right\} - p_N^u * \sum_{t=1}^{L_N} p_t^{u-} \ln(p_t^{u-}) = \\ &= S_N^u + p_N^u * S_{L_N}^{u-} \end{aligned} \quad (13)$$

Обобщив полученный результат для всех подсистем (заменяя p_N^u на p_i^u и $S_{L_N}^{u-}$ на $S_{L_i}^{u-}$), получаем окончательное выражение (14), из которого следует соотношение (15), указывающее на то, что в результате «управляемого хаоса» многовариантность системы увеличивается.

$$\theta_2 = S_N^u + p_i^u * S_{L_i}^{u-} \quad (14)$$

$$\theta_1 \leq \theta_2, \text{ т.к. } p_i^u > 0 \text{ и } S_{L_i}^{u-} \geq 0 \text{ для } \forall i \in [1; N] \quad (15)$$

Таким образом, теорему об «управляемом хаосе» можно считать доказанной.

$$\beta_i^{SMI} = \frac{S_{L_i}^{u-}}{L_i} \quad (16)$$

Необходимо отметить, что тем выше прирост многообразия в системе, чем значительней этот показатель у раскрываемой подсистемы. Однако не у каждой из них можно разрушить внешнюю оболочку. Для выявления тех подсистем, которые можно использовать в процессе «управляемого хаоса», следует сравнить с одной стороны, их

приведённый показатель многообразия (β_i^{SMI}), рассчитываемый по формуле (16), а с другой, оценить их устойчивость.

4 ОЦЕНКА УСТОЙЧИВОСТИ ЗАКРЫТОЙ СИСТЕМЫ С ПОМОЩЬЮ ПОКАЗАТЕЛЯ СТРУКТУРНОГО МНОГООБРАЗИЯ

Устойчивость характеризует одну из важнейших черт поведения систем и является фундаментальным понятием, используемым в физике, технике, экономике, политике, а также кибернетике. Термин «устойчивость» применяется для описания постоянства какой-либо черты поведения системы, понимаемого в весьма широком смысле.

Понятие устойчивости системы связано с её способностью возвращаться в состояние равновесия после исчезновения внешних сил, которые вывели ее из этого состояния. Если система неустойчива, то она не возвращается в состояние равновесия, из которого ее вывели. Она либо удаляется от него, либо совершает вокруг него недопустимо большие колебания (ПРИГОЖИН И.Р., ГЛЕНСДОРФ П., 1973, с. 17).

Объединяя определение понятия «структура», данное в первом разделе статьи с понятием «устойчивость», получаем терминологическую формулу «структурная устойчивость системы» или, что то же самое, «устойчивость системной структуры». Смысл этого сочетания терминов состоит в следующем.

Структурная устойчивость системы заключается в её способности сохранять исходное разнообразие и распределение системообразующего качества между частями целого при максимизации структурного многообразия для открытых систем или сохраняя его величину для закрытых.

Механизм изменения (обратный устойчивости) сформулирован И.Р. Пригожиным. Он доказал, что система изменяется до тех пор, пока способна производить энтропию (ПРИГОЖИН И.Р., ГЛЕНСДОРФ П., 1973, с. 21). Для закрытой системы это сводится к максимизации приведённой энтропии (16) за счёт снижения её разнообразия через механизм «управляемого хаоса». При реализации этой задачи система стремится к новому разнообразию H при неизменной величине показателя структурного многообразия S_N . Максимальное значение приведённой энтропии, при которой её производство в закрытой системе прекращается, соответствует условию (17), т.е. равномерному распределению системообразующего качества между элементами системы:

$$p_i = \frac{1}{H} \quad (17)$$

Выполнение сформулированных требований для прекращения производства системой энтропии реализуется через следующее соотношение:

$$S_N = \ln H \quad (18)$$

Тогда новое разнообразие (L), к которому стремится система, может быть определено по формуле (19):

$$H = e^{S_N} \quad (19)$$

Сравнив фактическое разнообразие системы с расчётным показателем, можно оценить уровень её устойчивости в виде соответствующего коэффициента (α):

$$\alpha = \frac{H}{N} = \frac{e^{S_N}}{N} \quad (20)$$

Коэффициент устойчивости носит вероятностный характер ($\alpha \in (0;1]$) и позволяет оценить риск возникновения структурных изменений. Чем ближе этот показатель к «1», тем меньше уровень риска возникновения структурных изменений, и наоборот, чем ближе он к «0», тем этот риск выше.

При переходе к полиструктурному описанию системы следует воспользоваться сделанным ранее допущением об одинаковом разнообразии частей целого при её описании с помощью различных системообразующих качеств и формулой полиструктурного многообразия (8). Тогда полиструктурное разнообразие рассчитывается по соотношению (21):

$$\prod_{j=1}^M N_j = N^M \quad (21)$$

Подставляя выражения (8) и (21) в формулу (20), получаем показатель полиструктурной устойчивости системы (α_M):

$$\alpha_M = \frac{e^{\sum_{j=1}^M S_N^j}}{N^M} = \frac{\prod_{j=1}^M e^{S_N^j}}{N^M} = \frac{\prod_{j=1}^M H_j}{N^M} = \prod_{j=1}^M \frac{H_j}{N} = \prod_{j=1}^M \alpha_j \quad (22)$$

Из приведённого выражения следует, что потеря устойчивости по одному из системообразующих качеств может спровоцировать разрушение системы. Чтобы этого избежать, необходимо повышать её многообразие по каждому из системообразующих качеств. При рассмотрении социально-экономических систем это достигается за счёт наращивания и перераспределения человеческого капитала.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Описанный подход к структурному анализу системы позволяет решить ряд задач, связанных с оптимизацией её структуры, а также оценкой и хеджированием структурных рисков. Особенно интересно рассмотреть социально-экономические системы, где в качестве системообразующих качеств могут выступать такие характеристики, как человеческий потенциал, человеческий ресурс, человеческий капитал.

Показатель структурного многообразия (SMI) для открытых систем позволяет выявлять потенциальные объекты для реализации процесса «управляемого хаоса», сравнивая внешнюю неопределённость с внутренним многообразием частей целого. По представленным направлениям готовятся последующие публикации.

ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ИСТОЧНИКИ

- БОГДАНОВ, А.А., 1905. Эмпириомонизмъ: статьи по философіи. Книга 1. Типографія общества распространения полезныхъ книгъ, Москва, 1905, 147 с.
- БОГДАНОВ, А.А., 2003. Тектология: Всеобщая организационная наука. Международный институт Александра Богданова. «Финансы», Москва 2003, 256 с. ISBN 5-94513-004-4
- Большой Российский энциклопедический словарь. Большая Российская энциклопедия, Москва, 2007, 1888с., ISBN 5-85270-332-X, 5-85270-324-9, 978-5-85270-332-3
- БЫСТРАЙ Г.П., ОХОТНИКОВ С.А., 2008. Термодинамика нелинейных биологических процессов. Переход к хаосу. Издательство Уральского университета, 2008, 154 с.
- ГРООТ, де С.Р., 1956. Термодинамика необратимых процессов. Государственное издательство технико-теоретической литературы, Москва 1956, 280 с.
- КОРИКОВ, А.М., ПАВЛОВ, С.Н., 2008. Теория систем и системный анализ: учебное пособие. Издательство томского государственного университета систем управления и радиоэлектроники, Томск, 2008, 264 с., ISBN 978-5-86889-478-7
- КОРОЛЁВ, О. Л., КУССЫЙ, М.Ю., СИГАЛ, М.Ю., 2013. Применение энтропии при моделировании процессов принятия решений в экономике. Изд-во «ОДЖАКЪ». Симферополь, 2013, 148 с. ISBN 978-966-179-021-5
- ПРИГОЖИН И.Р., ГЛЕНСДОРФ П., 1973. Термодинамическая теория структуры, устойчивости и флуктуаций. — М.: Мир, 1973, 280 с.
- САГАТОВСКИЙ, В.Н., 1973. Основы систематизации всеобщих категорий. Издательство томского университета, Томск, 1973, 432 с., ISBN 978-5-X-X-X
- ОЖЕГОВ, С. И., ШВЕДОВА, Н. Ю., 1999. Толковый словарь русского языка. / Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова. Издательство «Азбуковник», Москва, 1999, 944 с., ISBN 5-89285-003-X
- Большой экономический словарь / Режим доступа на 15.10.2014 http://big_economic_dictionary.academic.ru/

Автор:

доц. А.П. Антонов, к.т.н.

кафедра экономики и менеджмента,

Московский государственный университет дизайна и технологии (МГУДТ)

Москва, ул. Садовническая, д. 33

Tel.: +7 (495) 951-1120

e-mail: antonov_a_p@mail.ru

Reviewers:

doc. Ing. Irina Bondareva, CSc.

doc. Ing. Diana Šal'mieva, CSc.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ РИСКА НЕПЛАТЁЖЕСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

THE THEORETICAL BASIS OF THE ASSESSMENT DEFAULT RISK

Антонов Алексей Павлович – Дружинина Ирина Александровна

Abstract Economic activity of the organization is described by the input and output cash flows. Cash flows represent as the fractals. The technical default emerges when the input cash flow crosses the output one. The default risk has an accumulative property. The financial management instruments may be used for the overcoming of the default risk.

Purpose of the article Description of the cash flows as they are fractals. The analysis of the native of the default beginnings risk. The formalization of the risk situation's estimation, which emerges in fixed time and in fixed time lag.

Methodology/methods The investigation bases on the fractal analysis of the cash flows. The estimation of the default risk formatted with the using of the statistical analysis and mathematical logic methods.

Scientific aim Study of the financial native of the risk default. The fractal description of the cash flows. The formalization of the risk situation's estimation, which emerges in fixed time and in fixed time lag.

Findings Cash flow is a fractal. The default risk emerges when the input cash flow crosses the output cash flow. The risk of default has an accumulative property, and for its overcoming financial management instruments may be used.

Conclusions (limits, implications etc.) The default risk of the organization emerges when the upper bound of the input cash flow crosses bottom-up the lower bound of the output cash flow. Cash flow is described as fractal. The risk of default has an accumulative property, and for its overcoming financial management instruments may be used.

Keywords: input cash flow, output cash flow, fractal, fractal bound, default risk, accumulative property of the risk

JEL Classification: G32, G33

ВВЕДЕНИЕ

Каждая организация в рамках хозяйственной деятельности может оказаться в ситуации, когда не хватает средств для осуществления обязательных платежей в определённые сроки. Это финансовое положение формируется в связи с несвоевременным поступлением высоколиквидных активов, что, в свою очередь, обусловлено замедлением процесса обращения активов в целом и называется неплатёжеспособностью (*default*) (БОЛЬШОЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ СЛОВАРЬ). Это ещё не банкротство, но уже то состояние, при котором необходимо разрабатывать комплекс мероприятий с использованием инструментов финансового менеджмента, способствующий снижению диспропорций в структуре оборотных активов организации.

Возникновение неплатёжеспособности носит вероятностный характер и содержит сущность финансового риска, так как под ним (по определению) понимается вероятность наступления неблагоприятного события. Объединяя смысл понятий неплатёжеспособности и риска, можно сформулировать следующее определение. Риск неплатёжеспособности – это вероятность нехватки денежных средств (высоколиквидных активов) для своевременного и в полном объёме погашения организацией обязательных платежей.

1 ФРАКТАЛЬНОЕ ОПИСАНИЕ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ

Неплатёжеспособность можно называть «отрицательным сальдо» ликвидных активов, которое формируется за счёт разницы входящих и исходящих денежных потоков (ДП), определяемых в западной научной литературе термином «Cash Flow» (CF) (БОЛЬШОЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ СЛОВАРЬ). Величина простого (недисконтированного) ДП за определённый промежуток времени (T) рассчитывается по формуле (1), а общий вид формирования ДП представлен на рис. 1.

$$\text{ДП} = \sum_{i=0}^N \text{ДП}_i, T = \sum_{i=1}^N \Delta T_i, \quad (1)$$

где ДП_i – денежные средства, либо поступившие в распоряжение организации, либо потраченные ею за i -й промежуток времени (ΔT_i), руб.

Соответственно, денежные средства, поступающие в распоряжение организации, называются «входящими ДП» (ВДП), а расходуемые – «исходящими ДП» (ИДП). График, приведённый на рис. 1, описывает как ВДП, так и ИДП, и позволяет сделать вывод об их фрактальном характере.

Фрактал (лат. *fractus* – дроблёный, сломанный, разбитый) – геометрическая фигура, обладающая свойством самоподобия, т.е. составленная из нескольких частей, каждая из которых подобна всей фигуре целиком. Фактически не существует точного определения термина «фрактал». Бенуа Мандельброт, основоположник фрактальной геометрии, тоже не сформулировал точного определения. Фракталы имеют определённые особенности, которые измеримы, и свойства, которые являются желательными для целей моделирования (ПЕТЕРС, Э., 2004, с. 22).

Термин «фрактал» употребляется в научной литературе для описания геометрических фигур, обладающих одним или несколькими из перечисленных свойств (ПЕТЕРС, Э., 2004, с. 25):

- 1) имеет нетривиальную (отличную от линейной) форму представления на всех масштабах. Для него увеличение масштаба не ведёт к её упрощению. На всех шкалах можно увидеть одинаково сложную картину;
- 2) является самоподобной геометрической фигурой;
- 3) характеризуется дробной метрической размерностью.

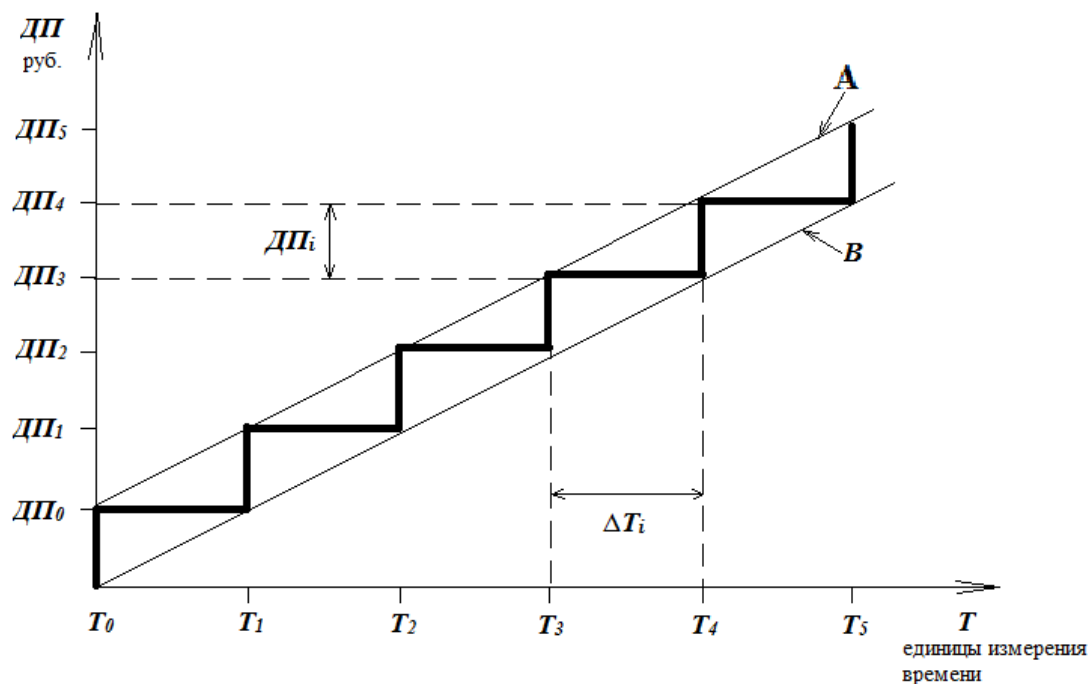


Рисунок 1: График формирования денежного потока

Всеми тремя свойствами обладает график формирования ДП. Особенно важна для последующего исследования дробная метрическая размерность внутри фрактала, т.к. позволяет трактовать эти значения как вероятность возникновения определённого состояния исследуемого объекта, в данном случае – ДП организации. Двухмерный фрактал можно описать как часть плоскости, которая имеет верхнюю и нижнюю границы, в данном примере это линии *A* и *B*, соответственно (рис. 1), образующие восходящий «канал». Внутри «канала» каждая точка описывается вероятностью попадания во фрактал ДП (дробная метрическая размерность).

Для последующего рассмотрения введём некоторые допущения. Это упростит рассматриваемую ситуацию и позволит понятнее объяснить алгоритм оценки риска возникновения неплатёжеспособности организации.

Первое допущение состоит в том, что все значения внутри «канала» равновероятны, т.е. обладают равной дробной метрической размерностью. Второе заключается в параллельности границ фрактала («канала»). С учётом сформулированных допущений можно перейти к описанию ситуации, которая трактуется как неплатёжеспособность организации и оценке вероятности её возникновения.

2 ОЦЕНКА РИСКА ВОЗНИКНОВЕНИЯ НЕПЛАТЁЖЕСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Ситуация неплатёжеспособности, описанная выше как нехватка ликвидных (денежных) активов для погашения обязательных платежей, может возникнуть при пересечении верхней границей фрактала ИДП нижней границы ВДП снизу вверх. Для наглядности описания этого условия целесообразно совместить на одном графике «каналы» ВДП и ИДП (рис. 2).

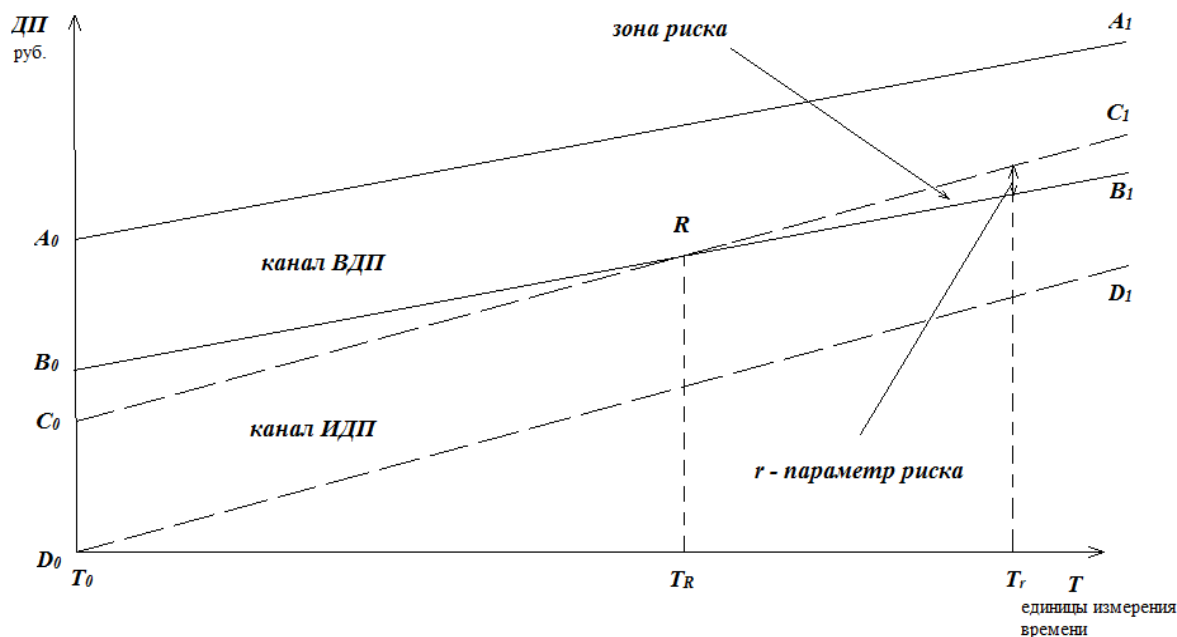


Рисунок 2: Схема возникновения риска неплатёжеспособности организации

В точке R происходит описанное выше событие и формируется зона риска в виде угла $\angle C_1RB_1$. Вероятность попадания фрактала ВДП в зону риска ($P_{ВДП}$) описывается соотношением (2), а для фрактала ИДП ($P_{ИДП}$) – соотношением (3):

$$P_{ВДП} = \frac{r}{A_0 - B_0}, \quad (2)$$

$$P_{ИДП} = \frac{r}{C_0 - D_0}, \quad (3)$$

где r – параметр риска в момент времени T_r , равный разнице между верхней границей ИДП и нижней границей ВДП, измеряемый в руб.

Риск неплатёжеспособности (P_r) можно описать как одновременное попадание ВДП и ИДП в зону риска, что соответствует формуле (4):

$$P_r = P_{ВДП} * P_{ИДП} = \frac{r^2}{(A_0 - B_0) * (C_0 - D_0)} \quad (4)$$

Следует отметить, что выражение (4) имеет смысл только при выполнении условия $r \geq 0$. При его выполнении оно приобретает окончательный вид для принятых допущений:

$$P_r = \begin{cases} 0, & r < 0 \\ \frac{r^2}{(A_0 - B_0) * (C_0 - D_0)}, & r \geq 0 \end{cases} \quad (5)$$

Для решения поставленной задачи в общем виде необходимо снять принятые допущения. Сначала – это линейность и параллельность границ фрактала. Можно представить границы фракталов ВДП и ИДП в виде динамических функций: $a=A(T)$ – верхняя граница ВДП, $b=B(T)$ – нижняя граница ВДП, $c=C(T)$ – верхняя граница ИДП, $d=D(T)$ – нижняя граница ИДП. Для любых значений T в интервале $[0; \infty)$ верхние границы фракталов не должны быть меньше нижних ($a \geq b, c \geq d$).

Параметр риска (r) рассчитывается по формуле (6):

$$r = C(T_r) - B(T_r) = c_r - b_r \quad (6)$$

Тогда соотношение (5) приобретает следующий вид:

$$P_r = \begin{cases} 0, & c_r < b_r \\ \frac{(c_r - b_r)^2}{(a_r - b_r) * (c_r - d_r)}, & c_r \geq b_r \end{cases} \quad (7)$$

Следующим допущением, снимаемым для обобщения результирующих зависимостей, является равномерность распределения вероятности поступления средств внутри фрактала ВДП или их списания внутри ИДП. Предположим, что внутри «канала» ВДП вероятность поступления определённой суммы ($\Delta B_{ДП}$) описывается выражением (8), вероятность списания определённой суммы в «канале» ИДП ($\Delta ИДП$) – выражением (9):

$$p_{\Delta ВДП} = F(ДП), \text{ если } b \leq ДП \leq a \text{ и } \int_b^a F(ДП) d(ДП) = 1 \quad (8)$$

$$p_{\Delta ИДП} = G(ДП), \text{ если } d \leq ДП \leq c \text{ и } \int_d^c G(ДП) d(ДП) = 1 \quad (9)$$

Тогда выражения (2) и (3) приобретают вид выражений (10) и (11) соответственно:

$$P_{ВДП} = \int_{b_r}^{c_r} F(ДП) d(ДП), \quad (10)$$

$$P_{ИДП} = \int_{b_r}^{c_r} G(ДП) d(ДП), \quad (11)$$

С учётом выражений (10) и (11) соотношение (4) становится таким:

$$P_r = P_{ВДП} * P_{ИДП} = \int_{b_r}^{c_r} F(ДП) d(ДП) * \int_{b_r}^{c_r} G(ДП) d(ДП) \quad (12)$$

А формула (7) принимает окончательный вид (13):

$$P_r = \begin{cases} 0, & c_r < b_r \\ \int_{b_r}^{c_r} F(\text{ДП})d(\text{ДП}) * \int_{b_r}^{c_r} G(\text{ДП})d(\text{ДП}), & c_r \geq b_r \end{cases} \quad (13)$$

Формула (13) позволяет оценить риск наступления неплатёжеспособности в определённый момент времени T_r . Однако, риск существовал до этого момента и будет присутствовать после него. В этом случае формируется его динамическое накопление.

3 ДИНАМИЧЕСКОЕ НАКОПЛЕНИЕ РИСКА НЕПЛАТЁЖЕСПОСОБНОСТИ

Классическим примером накопления риска является таблица дожития Галлея. Вероятность наступления неблагоприятного события в ней накапливается и в конце концов приобретает значение «1», т.е. это событие превращается из вероятного в закономерное. Аналогично работает механизм накопления риска в рассматриваемом случае (неплатёжеспособности).

Для расчёта накопленного риска необходимо перейти к его оценке за определённый период: $\Delta T = T_K - T_H$. Как и для статической задачи можно воспользоваться аналогичными допущениями: параллельность границ фрактала; равная дробная метрическая размерность всех его элементов. С учётом приведённых допущений величина накопленного риска ($P_{\Delta T}$) определяется по формуле:

$$P_{\Delta T} = \begin{cases} 0, & c(T) < b(T) \\ \int_{T_H}^{T_K} \frac{(c(T) - b(T))^2}{(A_0 - B_0) * (C_0 - D_0)} dT, & c(T) \geq b(T) \end{cases} \quad (14)$$

Объединив выражение (13) и (14), т.е. при снятых допущениях, расчёт накопленной вероятности производится по формуле (15):

$$P_{\Delta T} = \begin{cases} 0, & c(T) < b(T) \\ \int_{T_H}^{T_K} \left(\int_{b(T)}^{c(T)} F(\text{ДП})d(\text{ДП}) * \int_{b(T)}^{c(T)} G(\text{ДП})d(\text{ДП}) \right) dT, & c(T) \geq b(T) \end{cases} \quad (15)$$

Следует учитывать, что должно выполняться условие $P_{\Delta T} \leq 1$, т.е. вероятность наступления неплатёжеспособности не может превышать «1». Если при расчёте по формуле (15) получается величина, превышающая единицу, то это означает, что существует момент времени T_O ($T_H \leq T_O \leq T_K$), до которого на интервале $[T_H ; T_O]$, состояние неплатёжеспособности организации обязательно возникнет, при этом риск превращается в определённую.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Преодоление риска неплатёжеспособности представляет собой одну из основных задач финансового менеджмента. Для этого можно использовать различные инструменты:

банковские кредиты, краткосрочные инвестиции в инструменты открытых рынков, факторинговые операции, покупку страховых услуг (АНТОНОВ, А.П., ДРУЖИНИНА, И.А., 2014, с. 59). Их можно использовать как отдельно, так и объединяя в комплексы. Задача, которая при этом решается, состоит в минимизации зоны риска, а ещё лучше – в её обнулении.

Используя описанный в настоящей статье механизм выявления и прогнозирования возникновения риска неплатёжеспособности организации, можно заблаговременно разработать комплекс мероприятий, снимающих актуальность данной проблемы. Кроме того, можно проследить влияние решений, принимаемых на различных стадиях обращения активов, на результаты финансовой деятельности организации с позиции усиления или ослабления риска нехватки высоколиквидных средств организации.

ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ИСТОЧНИКИ

- ПЕТЕРС, Э., 2004. Фрактальный анализ финансовых рынков: Применение теории Хаоса в инвестициях и экономике. «Интернет-трейдинг», Москва 2004, 304 с. ISBN 5-902360-03-X
- АНТОНОВ, А.П., ДРУЖИНИНА, И.А., 2014. Инструменты финансового менеджмента: Методические указания. МГУДТ, Москва, 2014, 73 с.
- БОЛЬШОЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ СЛОВАРЬ / Режим доступа на 15.10.2014 http://big_economic_dictionary.academic.ru/

Авторы:

доц. А.П. Антонов, к.т.н.

кафедра экономики и менеджмента,

Московский государственный университет дизайна и технологии (МГУДТ)

Москва, ул. Садовническая, д. 33

Tel.: +7 (495) 951-1120

e-mail: antonov_a_p@mail.ru

проф. И.А. Дружинина, к.т.н.

кафедра экономики и менеджмента,

Московский государственный университет дизайна и технологии (МГУДТ)

Москва, ул. Садовническая, д. 33

Tel.: +7 (495) 951-1120

e-mail: irinadrug@mail.ru

Reviewers:

doc. Ing. Sergej Rad'ko, DrSc.

doc. Ing. Irina Bondareva, CSc.

CROWDFUNDING – NOVÝ SPÔSOB AKO FINANCOVAŤ INOVAČNÉ PROJEKTY

CROWDFUNDING – THE NEW WAY OF HOW TO FINANCE INNOVATIVE PROJECTS

Irina Bondareva – Róbert Tomčík

Abstract

Purpose of the article The article is focused on the relatively new alternative way of financing of innovative projects implemented by companies – crowdfunding. This article describes basic characteristics of crowdfunding, states known models and provides information about crowdfunding platforms.

Methodology/methods Time Series Analysis, Analysis of published data, reports and surveys, Synthesis of the collected data.

Scientific aim Scientific aim of this article refers to process available crowdfunding data as well as to describe the current state and alternative funding opportunities of innovative projects via crowdfunding.

Findings In the last few years, crowdfunding has become a valuable source of financing, especially of innovative projects. Because of this, utilization of this form of financing is quickly extending across whole world.

Conclusions (limits, implications etc.) Although crowdfunding is a relatively new funding form of any development or innovation activity, the process of financing individual projects has become significantly easier and more transparent. With crowdfunding help, the entrepreneurs – initiators of projects – can evaluate its potential success with public.

Keywords: crowdfunding, innovative project, alternative forms of financing, crowdfunding platforms

JEL Classification: G00, O31

ÚVOD

Realizácia inovačných projektov hrá kľúčovú úlohu v zvyšovaní konkurencieschopnosti a v dynamickom rozvoji ekonomiky každej krajiny. V súčasnej dobe mnoho podnikateľov neustále hľadá nové spôsoby financovania svojich projektov. Napriek skutočnosti, že viaceré prieskumy neustále označujú za najrozšírenejší druh získavania finančných prostriedkov štandardné formy financovania (predovšetkým úverové financovanie), do popredia sa čoraz viac dostávajú tzv. alternatívne formy.

Odborná literatúra definuje alternatívne finančné zdroje ako tie, ktoré sa na financovanie využívajú v menšom množstve a väčšina podnikateľov nemá o ich charaktere a postupe získavania presné a podrobné informácie (Majková, 2008).

K alternatívnym formám financovania patria napríklad, private equity investície, rizikový kapitál, mezanínový kapitál, tollingové financovanie, finančná podpora z fondov EÚ a zo strany štátnych inštitúcií SR, financovanie z fondov veľkých firiem a iné.

Avšak dostať podporu od veľkých firiem, sponzorov, obchodných anjelov, resp. z fondov EÚ alebo zo strany štátnych inštitúcií SR nie je jednoduché a dosť často to obmedzuje podnikateľa v realizácii inovačného projektu. Preto podnikatelia hľadajú nové formy financovania, ktoré sú menej zaťažené administratívou a nákladmi na spracovanie príslušných dokumentov a analytických správ. K takým formám patrí napríklad crowdfunding.

1 ZÁKLADNÉ CHARAKTERISTIKY CROWDFUNDINGU

Špecifickou alternatívnou formou financovania inovačných projektov prostredníctvom internetu je relatívne nový spôsob známy pod anglickým názvom crowdfunding (voľne preložené ako „kolektívne financovanie“). Crowdfunding je mechanizmus kolektívneho financovania inovačných projektov, kde peniaze prichádzajú od veľkého počtu on-line investorov, sponzorov a darcov na financovanie ziskových alebo neziskových projektov. Teda je to kolektívna spolupráca ľudí, ktorí dobrovoľne spájajú finančné zdroje, aby spolu finančne podporili úsilie iných ľudí alebo organizácií.

Crowdfunding poskytuje možnosť dôkladne poznať potreby kupujúcich a posúdiť životaschopnosť svojich zámerov. Narozdiel od štandardných mechanizmov financovania, crowdfunding dovoľuje realizovať projekt s absolútnou návratnosťou vložených finančných zdrojov pre navrhovateľa inovačného projektu a vyhnúť sa takým nákladom ako prieskum trhu, analýza cieľových skupín, analýza konkurentov, reklama atď.

Crowdfunding funguje na princípe získavania menších finančných čiastok od veľkého množstva prispievateľov na vopred prezentovaný projekt prostredníctvom internetu. Ide teda o vzťah medzi realizátorom kampane (vlastníkom projektu) a prispievateľmi. Princíp je jednoduchý – vlastník projektu si stanoví minimálnu hranicu finančných zdrojov, ktoré potrebuje pre jeho zrealizovanie. V prípade, že za zvolenú časovú dobu túto sumu prostredníctvom príspevkov od prispievateľov minimálne vyrovná, je kampaň úspešná. Je však samozrejmé, že na dosiahnutie tohto cieľa je potrebné projekt prezentovať tak, aby zaujal čo najväčšiu komunitu a vo väčšine prípadov definovať, čo bude tvoriť protiváhu k poskytnutým peniazom.

V porovnaní s inými alternatívnymi formami je možné crowdfunding využiť na financovanie inovačných projektov v akejkoľvek oblasti. Po úspešnej realizácii neziskových kultúrnych a sociálnych projektov sa crowdfunding v súčasnosti začína stále viac používať aj na financovanie začínajúcich technologických projektov.

Dôležitú úlohu pri rozvoji a podpore crowdfundingu zohrávajú sociálne siete, napríklad Facebook, Twitter a taktiež špecializované webové stránky. Sú dôležitým nástrojom

na výmenu informácií o navrhovaných projektoch a prispievajú k transformácii sociálneho kapitálu do finančného kapitálu.

Sociálne siete umožňujú vytvárať obsah inovačného projektu šíriť ho a diskutovať o ňom, čím sa obchádza reťazec sprostredkovateľov. Týmto sa celý proces získania finančných prostriedkov stáva oveľa jednoduchší a transparentnejší.

Za iné výhody tejto formy získavania finančných zdrojov možno považovať tieto:

- Vlastník inovačného projektu ovláda a kontroluje všetko – náklady, časovanie, dodávky, tvorbu a uskutočňovanie ideí, marketing a komunikáciu so zákazníkmi.
- Vzhľadom na skutočnosť, že prispievatelia tvoria zároveň aj skupinu zákazníkov (resp. potenciálnych zákazníkov), vlastník inovačného projektu získava už počas realizácie kampane cennú spätnú väzbu ohľadom úspešnosti projektu.
- Crowdfunding umožňuje získať aj podstatne vyšší objem finančných prostriedkov na uskutočnenie prezentovaného projektu než bolo žiadané.
- V prípade neúspechu nestráca realizátor kampane prakticky nič (okrem času a energie na samotnú prípravu) a môže začať odznova s upraveným projektom a prezentáciou.
- Crowdfundingová kampaň v sebe zahŕňa aj kampaň marketingovú – napr. prezentácia svojho produktu prostredníctvom internetu.

Na druhej strane, realizácia crowdfundingovej kampane nesie so sebou aj určité nevýhody, ktoré možno zosumarizovať do nasledovných bodov:

- Realizácia crowdfundingovej kampane nie je jednoduchá. Žiadateľ sa musí často vyrovnáť s neočakávanými výkyvmi a udalosťami počas jej priebehu.
- Projekt nie je podávaný iba úzkej skupine profesionálnych investorov ale veľkému množstvu ľudí. To znamená, že spôsob prezentácie musí byť zvolený tak, aby oslovil oveľa rôznorodejšie publikum.
- Úspech vyžaduje investovať značné úsilie do sociálnych marketingových kampaní a neustálu vlastnú propagáciu projektu počas celej kampane.
- Crowdfunding neznamená vždy úspech. Je potrebné počítať aj s prípadným zlyhaním a mať pripravených viacero záložných plánov (Steinberg, DeMaria, 2012).

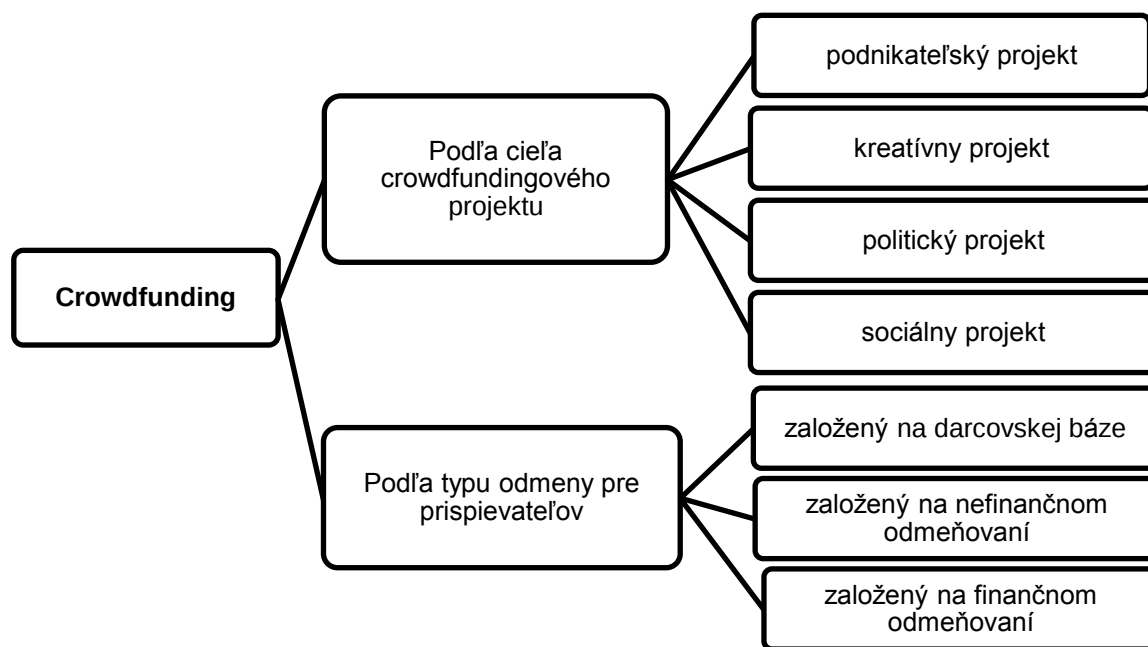
Aby navrhovaný projekt bol úspešne financovaný pomocou crowdfundingu, treba vypracovať pútavý podnikateľský plán, ktorý zdôvodní potrebnú sumu na realizáciu celého projektu ako aj na jeho jednotlivé etapy. Odborníci odporúčajú tiež urobiť video prezentáciu, ktorá podľa ich názoru, je oveľa efektívnejšia.

1.1 MODEL CROWDFUNDINGU

Hoci základná idea crowdfundingu zostáva stále rovnaká – financovanie projektu prebieha zvyčajne po menších čiastkach od viacerých prispievateľov – crowdfunding možno roztriediť do určitých kategórií predstavených na obrázku 1.

Crowdfunding založený na darcovskej báze spočíva v tom, že jednotliví prispievatelia nezískajú žiadnu materiálnu výhodu za poskytnuté peniaze. Príkladom sú napríklad rôzne charitatívne a humanitárne akcie s cieľom pomôcť iným, prípadne také projekty, ktoré slúžia na zlepšenie života širokej masy ľudí, prípadne na zveladenie okolia, zlepšenie úrovne životného prostredia, rozvoj kultúry a podobne. V uvedených prípadoch zostáva odmenou dobrý pocit.

Ako príklady je možné uviesť platformy Betterplace v Nemecku (Welches Projekt unterstützt Du?, 2014), Respekt.net v Rakúsku (Projekte unterstützen, 2014), Dobro Mail.Ru v Rusku (Я хочу помочь, 2014) a iné.



Obrázok 1: Členenie crowdfundingu

Zdroj: vlastné spracovanie autormi

Crowdfunding založený na nefinančnom odmeňovaní je v súčasnosti najbežnejším modelom kolektívneho financovania. Tento model sa dobre preukázal ako efektívny nástroj na obstaranie finančných zdrojov pre rôznorodé projekty, počnúc kreatívnymi projektami a končiac sofistikovanými technologickými výrobkami.

Hlavným rysom tohto modelu je fakt, že prispievateľ získa výmenou za finančný príspevok určitú výhodu, spravidla podľa výšky príspevku. Táto odmena môže byť vyjadrená napríklad vo forme nahraného albumu, pozvánky na koncert, zmienky v titulkoch, prvej vzorky vyrábaného produktu, podpisom autora atď. Tento model je rozšírený najmä v oblasti vývoja nehmotného majetku ako softvér, filmy alebo hudba.

Typickým príkladom sú videohry. Ak napríklad prispievateľ venuje na vývoj hry 10 EUR, po úspešnej kampani dostane od vydavateľa kópiu zmienenej hry. Ak však prispeje 20 EUR, získa napríklad hru s venovaním, prípadne inými doplnkami. Pri vyšších príspevkoch môže byť odmenou popri hre s venovaním a doplnkami napríklad zapracovanie vlastnej osoby do deja hry atď.

Špeciálnym prípadom crowdfundingu založenom na nefinančnom odmeňovaní je predpredaj produktov. Pri použití tohto modelu je protihodnotou za príspevok na vývoj a produkciu výrobku samotný výrobok ako kniha, film, hudobný album, softvér, nový gadget. Vlastník projektu produkt po jeho vyrobení zašle jednotlivým prispievateľom. Autori týchto projektov sľubujú dodať produkt ihneď po jeho výrobe. Sponzori sa pre tento model crowdfundingu stávajú prvými vlastníkami výsledku kolektívneho financovania.

V podstate tento prístup predstavuje predpredaj produktov, avšak výborne koreluje s princípmi crowdfundingu. Okrem toho prispievatelia často vnímajú crowdfundingové platformy, ktoré pomáhajú financovať výrobu inovačných produktov ako bežný on-line obchod s oneskorením dodávky.

Najúspešnejšou platformou, ktorá pracujúce na princípe nefinančných odmien, a to aj na základe modelu predpredaja produktov, je platforma Kickstarter, pomocou ktorej len v roku 2013 boli financované projekty vo výške 480 mil. amerických dolárov (The Year in Kickstarter, 2013).

Crowdfunding založený na finančnom odmeňovaní prispievateľov (crowdinvesting) sa odlišuje od ostatných foriem crowdfundingu poskytovaním finančnej odmeny prispievateľovi. V podstate pri tomto modeli predstavujú príspevky investície s očakávaním finančnej odmeny za ich poskytnutie. V súčasnosti existujú tri formy crowdinvestingu (European Commission, 2014):

- *Crowdfunding založený na podiele na zisku* je logickým rozšírením systému nefinančných odmien, kde okrem nefinančných bonusov a rôznych stimulov prispievateľ dostane aj podiel na zisku realizovaného projektu. Tento prístup sa aktívne praktikuje hlavne v oblasti realizácie kreatívnych projektov, napríklad v oblasti financovania hudby (platforma sonicangel.com), hier (platforma lookatmygame.com), filmov (platforma slated.com) a pod. Tento prístup sa považuje za veľmi perspektívny, nakoľko umožňuje prispievateľovi mať nielen pocit zapojenosti do realizácie projektu, ale byť aj finančne motivovaným na jeho úspechu.
- *Pôžičkový model crowdfundingu* je najviac rozšírenou formou získania finančných prostriedkov a funguje na báze priamych pôžičiek. V tomto prípade vlastník projektu vystupuje ako dlžník a prispievatelia sú veriteľmi. Dlžníkmi pritom môžu byť ako fyzické, tak aj právnické osoby. Veriteľmi sú výlučne fyzické osoby. Ako hlavná výhoda pre veriteľa môže byť pridelenie vyššej úrokovej sadzby a pre dlžníka získanie finančných zdrojov za nižšiu cenu, ako pri bankovom úvere. Kľúčovou charakteristikou tejto formy crowdfundingu je jasný plán vrátenia veriteľom požičanej sumy a úrokov. Pôžičkový model crowdfundingu sa rozvíja v dvoch smeroch:
 - *financovanie právnických osôb* – tak napríklad pomocou platformy Funding Circle sa v súčasnosti podarilo získať finančné prostriedky na realizáciu inovačných projektov v Anglicku vo výške viac ako 360 mil. anglických libier (Loans funded so far, 2014) a v USA viac ako 600 mil. amerických dolárov pre malé a stredné podniky (Fast, affordable business loans, 2014).
 - *financovanie fyzických osôb* sa môže realizovať ako formou kolektívneho financovania, tak aj formou peer-to-peer (P2P) úverovania. Pritom sa crowdfundingová platforma používa ako sprostredkovateľ a garant procedúry úverovania. Najväčšími platformami pre financovanie fyzických osôb sú americká LendingClub, ktorej objem poskytnutých úverov je v súčasnosti viac ako 5 mld. amerických dolárov (Invest and earn solid returns, 2014), anglická Zopa s 617 mil. libier (Peer-to-peer lending at Zopa, 2014) a čínska Renrendai s 630 mil. amerických dolárov (Renrendai, 2014).
- Najpomalšie sa rozvíjajúcim typom je *crowdfunding v podobe investícií do cenných papierov*. Existuje tu ešte stále mnoho bariér a riziko straty svojich investícií. Prispievateľ sa napríklad môže takýmto spôsobom stať akcionárom spoločnosti. Avšak táto forma je v súčasnosti najviac diskutabilnou a kontroverznou, nakoľko zasahuje do organizačnej a právnej formy podniku a je

spojená s väčším rizikom pre prispievateľa. K platformám, ktoré podporujú tento typ crowdfundingu patrí napríklad americká platforma EquityNet, ktorá pomohla firmám získať 245 mil. dolárov od súkromných investorov (The Leading Business Crowdfunding Platform, 2014) a britská platforma Seedrs, pomocou ktorej sa investuje cca 1 mil. libier mesačne (What is Seedrs, 2014).

1.2 SVETOVO NAJZNÁMEJŠIE CROWDFUNDINGOVÉ PLATFORMY

Sústredenie financií potrebných na realizáciu projektu je možné začať buď samostatne alebo prostredníctvom rôznych internetových crowdfundingových portálov. Ich výhodami sú najmä pomoc pri spracovaní prezentácie projektu vo forme návodov, postrehov a rád a samozrejme jeho umiestnenie na internete. Zároveň takto prezentované projekty sú neustále „na očiach“ miliónov ľudí, teda potenciálnych prispievateľov.

Na druhej strane však treba počítať s určitými poplatkami. Tieto sú spravidla vo forme percentuálnych čiastok z vyzbieranej sumy, ktoré navyše závisia od toho, či je projekt úspešný alebo nie.

V roku 2013 zostavil časopis Forbes rebríček najznámejších a najpopulárnejších crowdfundingových platform.

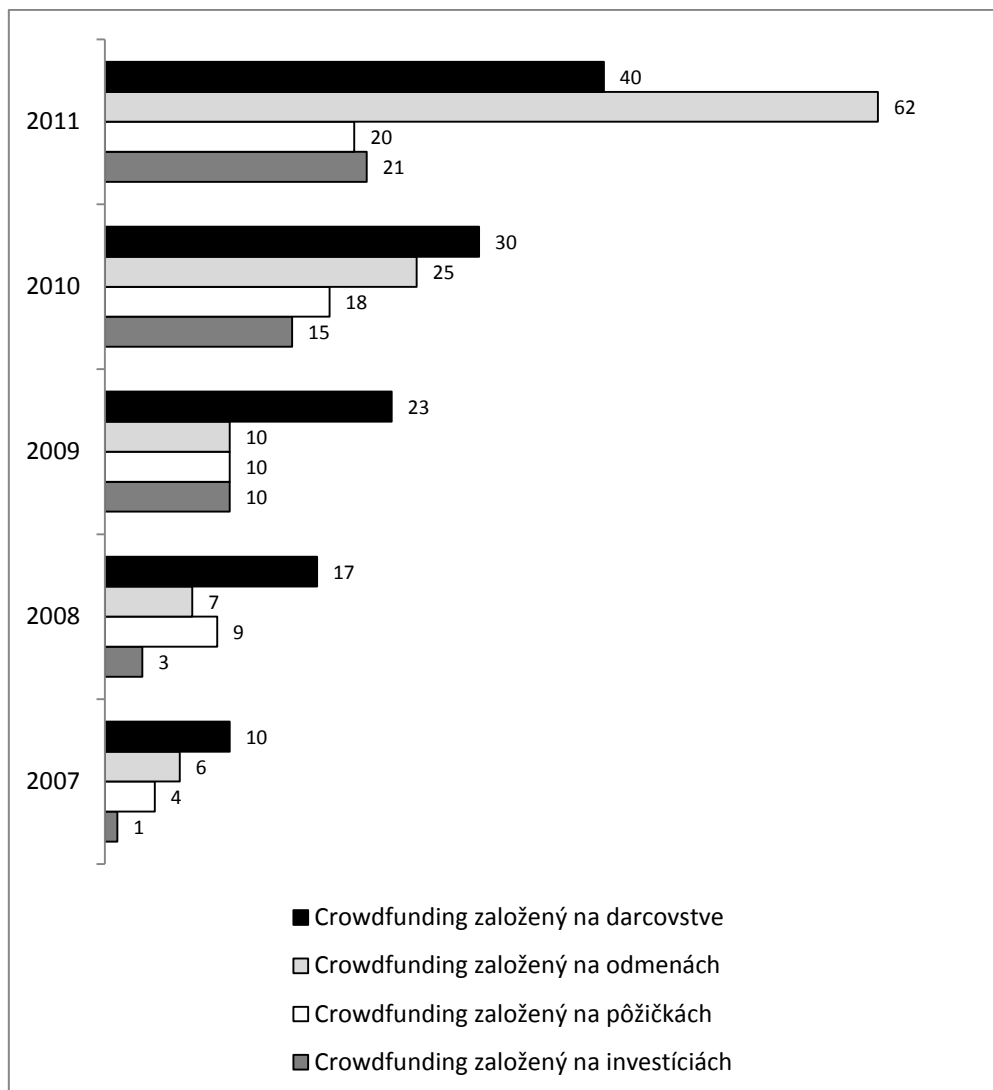
Na prvom mieste sa umiestnila americká platforma Kickstarter (kickstarter.com), ktorá je aj v súčasnosti najväčším crowdfundingovým portálom na svete. Ponúka možnosť vyzbierať peniaze na projekty zo širokej škály možností – umenie, móda, kultúra, technológie, dizajn a ďalšie. Špecifikom tejto platformy je to, že umiestniť svoj projekt na platforme v súčasnosti môžu len rezidenti Spojených štátov, Veľkej Británie, Kanady, Holandska, Austrálie alebo Nového Zélandu. Slovenské projekty zatiaľ nemožno realizovať prostredníctvom Kickstartera, avšak podľa slov zakladateľa Charlesa Adlera portál v budúcnosti plánuje expandovať aj do ďalších krajín. Čo sa týka poplatkov, v prípade úspešnej kampane je to 5 % z vyzbieranej sumy. Ďalších 3-5 % sú poplatky platobným systémom (napr. Amazon Payments, cez ktorú sa realizujú platby v USA na platforme Kickstarter).

Druhou najväčšou a svetovo známou platformou je crowdfundingový portál Indiegogo. Narozdiel od Kickstartera neobmedzuje projekty na základe ich geografického vzniku, avšak projekty mimo USA platia poplatok navyše. Podobne ako je tomu u najväčšej platforme, aj Indiegogo ponúka množstvo kategórií na realizáciu svojho projektu. Poplatok je 4 % zo sumy, ak je projekt úspešný a navyše je tu možnosť získať peniaze aj v prípade, ak kampaň neuspее. Tu však portál účtuje 9 % (Orfánus, 2014).

Tretie miesto patrí platforme s názvom Crowdfunder (crowdfunder.com). Ide o portál zaoberajúci sa investičným crowdfundingom a umožňuje akreditovaným investorom investovať do projektov spoločností a stať sa tak akcionárom. Platba za možnosť mať kampaň na stránke nie je vo forme percentuálneho poplatku, ale Crowdfunder funguje na báze mesačných poplatkov (Barnett, 2013).

Na Slovensku zatiaľ patrí crowdfunding medzi málo využívané formy financovania, avšak na rozbehnutie slovenských projektov možno využiť platformu Ideasstarter, ktorá je prvým slovenským crowdfundingovým portálom. Realizovať možno rôznorodé projekty. Portál ponúka aj možnosť zvoliť si typ financovania a to buď fixný (peniaze si zadávateľ projektu nechá, iba ak vyzbiera cieľovú sumu) alebo flexibilný (peniaze získa aj v opačnom prípade, teda ak nedosiahne zvolenú hranicu). Poplatok je 10 % vo forme provízie (Ideasstarter, 2014).

Na obrázku 2 možno vidieť nárast crowdfundingových platforiem podľa podporovanej formy crowdfundingu za obdobie 2007 až 2011. V súčasnosti tento rastúci trend naďalej pretrváva.



Obrázok 2: Nárast počtu crowdfundingových platforiem podľa príslušného typu crowdfundingu v období 2007-2011

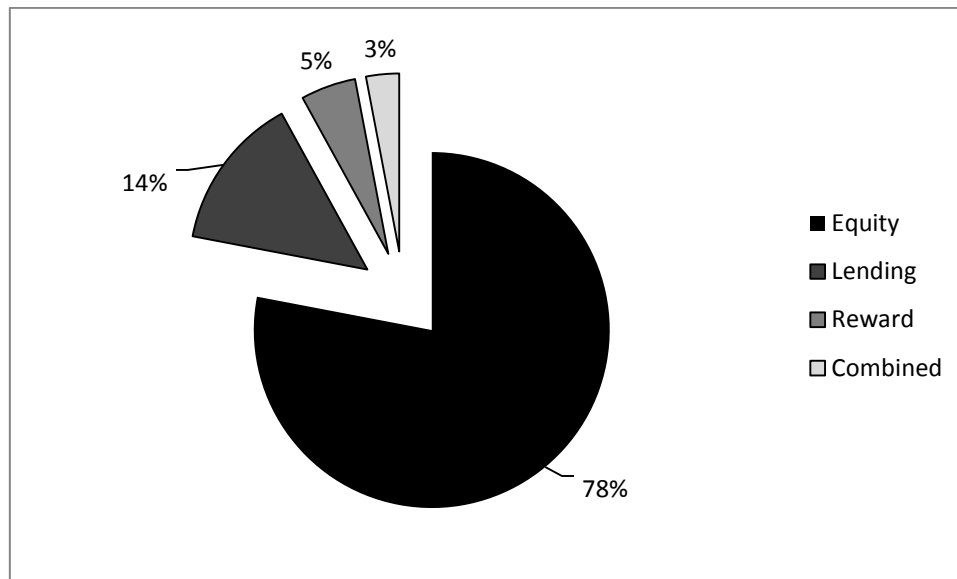
Zdroj: spracované autormi na základe údajov Statista, 2014

2 TENDENCIE VYUŽITIA CROWDFUNDINGU PRE REALIZÁCIU INOVAČNÝCH PROJEKTOV

Súčasný model financovania inovačných projektov pomocou crowdfundingu podľa výskumu firmy Crowd Valley v roku 2013 zahŕňa rôzne formy financovania (Ravanetti, Tordera, 2013):

- vlastný kapitál získaný na základe crowdfundingu (equity),
- pôžičky, ktoré zahŕňajú P2P pôžičky, podnikateľské úvery a iné formy pôžičiek (lending),
- crowdfunding založený na finančnom odmeňovaní prispievateľov (reward),
- kombinované financovanie (combined).

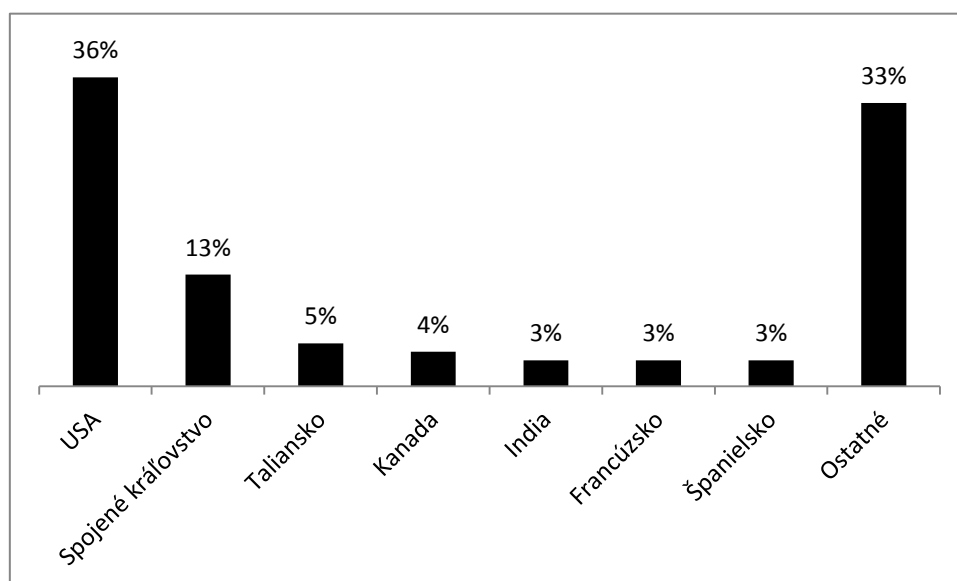
Podiel jednotlivých typov financovania je predstavený na obrázku 3.



Obrázok 3: Model financovania investičných projektov

Zdroj: Ravanetti, Tordera, 2013

Financovanie pomocou crowdfundingu sa rýchlo rozširuje po celom svete a krajiny s najväčšou distribúciou tejto formy sú uvedené na obrázku 4.



Obrázok 4: Podiel jednotlivých krajín na využití crowdfundingu

Zdroj: Ravanetti, Tordera, 2013

V súčasnosti je možné spozorovať, že rozvoj crowdfundingu ako technológie financovania inovačných projektov sa sprevádza nasledovnými dôležitými tendenciami:

- *Crowdfundingové financovanie sa rýchlo rozširuje.* V roku 2012 boli zhromaždené fondy vo výške 2,7 mld. dolárov, čo predstavuje nárast o 81% v porovnaní s r. 2011 (Crowdsourcing, 2013) V r. 2013 crowdfundingové fondy vzrástli takmer

dvojnásobne a predstavovali 5,1 miliardy dolárov. V r. 2014 sa predpokladá získať pomocou týchto fondov 10 mld. dolárov (Equity crowdfunding report, 2014).

- *Crowdfundingové platformy sa začínajú zameriavať na konkrétne segmenty trhu.* Hoci v súčasnosti najväčšie platformy (napríklad Kickstarter a Indiegogo) pracujú v rôznych segmentoch trhu, v poslednej dobe vznikajú špecializované platformy zamerané na špecifické segmenty. K takým platformám patrí napríklad Petridish – pre výskumné projekty (petridish.org), Realty Mogul, Crowdbaron – pre nehnuteľnosti (realtymogul.com, crowdbaron.com), MedStartr – pre zdravotníctvo (medstartr.com) a iné.
- *Dlhodobá podpora investorov.* Dnes štandardný model crowdfundingu vychádza z jednotnej podpory konkrétneho inovačného projektu alebo jednotlivkej etapy jeho realizácie. Tento prístup funguje efektívne ak ide o financovanie startupu alebo o vypracovanie modelu výrobku a jeho umiestnenie na trhu. Ďalším krokom pre podobné projekty je získať kapitál pre rozvoj podnikania napríklad vo forme bankového úveru resp. vo forme rizikového kapitálu. Avšak, ako jediný model tieto dve formy financovania nemusia vždy byť kompatibilné. Okrem toho, tvorba a podpora projektu pomocou crowdfundingu je drahá a nie všetky projekty majú dostatočné prostriedky. Predpokladá sa, že crowdfundingové platformy budú ponúkať model trvalej podpory inovačného projektu.

ZÁVER

V posledných rokoch sa crowdfunding stal plnohodnotným zdrojom financovania, hlavne inovatívnych projektov. Z tohto dôvodu sa využitie tejto formy financovania rýchlo rozširuje po celom svete. Vďaka crowdfundingu sa proces financovania jednotlivých projektov stal oveľa jednoduchším, transparentnejším a demokratickejším. S jeho pomocou podnikatelia – navrhovatelia projektu – môžu zhodnotiť jeho potenciálny úspech u širokej verejnosti (na trhu).

Crowdfundingové financovanie sa v Slovenskej republike nachádza v počiatočnej fáze a nie je zďaleka tak populárne ako je tomu v západných krajinách. Možno konštatovať, že oneskorenie použitia crowdfundingu na Slovensku je minimálne 4-5 rokov. V podstate začiatkom uplatnenia princípu crowdfundingu na Slovensku sa stal rok 2013, kedy crowdfundingovú kampaň spustil tím podnikateľov s projektom CulCharge – najmenší nabíjací kábel pre smartfóny. Záujem o podporu projektu prejavilo dostatočné množstvo ľudí zo 71 krajín sveta (Mikula, 2014).

V budúcnosti budú mať pravdepodobne crowdfundingové platformy oveľa širšie uplatnenie ako získať finančné prostriedky na realizáciu projektu. S rastom trhu crowdfundingu a teda aj rozmachom platforiem sa budú podnikatelia snažiť vyskúšať aj tento model financovania. Okrem toho však bude potreba nájsť nové spôsoby efektívnejšieho prepojenia navrhovateľov inovačných projektov a poskytovateľov finančných zdrojov. Taktiež je potrebný efektívny mechanizmus pre sledovanie pridelovania zdrojov a plnenia záväzkov voči prispievateľom.

LITERATÚRA

Barnett, Ch. 2013. Top 10 Crowdfunding Sites For Fundraising. In *Forbes* [online]. 2013. [citované 2014-09-13]. Dostupné na:
<<http://www.forbes.com/sites/chancebarnett/2013/05/08/top-10-crowdfunding-sites-for-fundraising/>>.

- Crowdsourcing. 2013. *Crowdfunding market grew 81% in 2012, finds massolution industry report*. [online]. 2013. [citované 2013-09-16]. Dostupné na: <<http://www.crowdsourcing.org/editorial/crowdfunding-market-grew-81-in-2012-finds-massolution-industry-report/25049>>.
- Equity Crowdfunding Report. 2014. [online]. 2014. [citované 2014-09-15]. Dostupné na: <<http://www.slideshare.net/HenryMortgages/equity-crowdfunding-report-2014>>.
- European Commission. 2014. *Unleashing the potential of Crowdfunding in the European Union*. [online]. 2014. [citované 2014-09-15]. Dostupné na: <http://ec.europa.eu/internal_market/finances/docs/crowdfunding/140327-communication_en.pdf>.
- Fast, affordable business loans. 2014. [online]. 2014. [citované 2014-09-15]. Dostupné na: <<https://www.fundingcircle.com/us/>>.
- Ideasstarter. 2014. *Ako to funguje?* [online]. 2014. [citované 2014-09-13]. Dostupné na: <<http://www.ideasstarter.com/ako-to-funguje>>.
- Invest and earn solid returns. 2014. [online]. 2014. [citované 2014-09-15]. Dostupné na: <<https://www.lendingclub.com/>>.
- Loans funded so far. 2014. [online]. 2014. [citované 2014-09-15]. Dostupné na: <<https://www.fundingcircle.com/>>.
- Majková, M. 2008. *Možnosti financovania malých a stredných podnikov v SR*. Brno: Tribun 2008. 206 s. ISBN 978-80-7399-590-4.
- Mikula, A. 2014. *6 úspešných slovenských podnikateľov radí, ako naštartovať svoj startup! Časť 4. – Ako slovenskí priekopníci v crowdfundingu dokázali získať peniaze pre svoj startup CulCharge*. [online]. 2014. [citované 2014-09-16]. Dostupné na: <<http://www.startupers.sk/6-uspesnych-slovenskych-podnikatelov-radi-ako-nastartovat-svoj-startup-cast-4-ako-slovenski-priekopnici-v-crowdfundingu-dokazali-ziskat-peniaze-pre-svoj-startup-culcharge/>>.
- Orfánus, D. 2014. Nekopírujte úspešných. In *TREND*. ISSN 1335-0684, 2014, vol. 19, s. 14-15.
- Peer-to-peer lending at Zopa. 2014. [online]. 2014. [citované 2014-09-15]. Dostupné na: <<https://www.zopa.com/>>.
- Projekte unterstützen. 2014. [online]. 2014. [citované 2014-09-15]. Dostupné na: <<http://www.respekt.net>>.
- Ravanetti, A. – Tordera, I. 2013. *Crowdfunding Market Report*. [online]. 2013. [citované 2014-09-15]. Dostupné na: <<http://s3-public.growvc.com.s3.amazonaws.com/Crowd%20Valley/Crowd%20Valley%20Crowdfunding%20Market%20Report%20Q3-2013.pdf>>.
- Renrendai. 2014. [online]. 2014. [citované 2014-09-15]. Dostupné na: <<http://www.renrendai.com/event/jibao/20140716/index.html>>.
- Statista. 2014. *Growth in the number of crowdfunding platforms, by category between 2007 and 2011*. [online]. 2014. [citované 2014-09-09]. Dostupné na: <<http://www.statista.com/statistics/251577/growth-in-the-number-of-crowdfunding-platforms-by-category/>>.
- Steinberg, S. – DeMaria, R. 2012. *The Crowdfunding Bible*. [online]. 2012. [citované 2014-09-12]. Dostupné na: <<http://www.crowdfundingguides.com/>>. ISBN 978-1-105-72628-6.
- The Leading Business Crowdfunding Platform. 2014. [online]. 2014. [citované 2014-09-15]. Dostupné na: <<https://www.equitynet.com/>>.
- The Year in Kickstarter. 2013. [online]. 2013. [citované 2014-09-15]. Dostupné na: <<https://www.kickstarter.com/year/2013/?ref=footer#0-home>>.

Welches Projekt unterstützt Du? 2014. [online]. 2014. [citované 2014-09-15]. Dostupné na:
<<https://www.betterplace.org/de>>.

What is Seedrs. 2014. [online]. 2014. [citované 2014-09-15]. Dostupné na:
<https://www.seedrs.com/about_us/what_is_seedrs>.

Я хочу помочь. 2014. [online]. 2014. [citované 2014-09-15]. Dostupné na:
<<http://dobro.mail.ru>>.

Afiliácia k projektu: *príspevok je čiastkovým výstupom v rámci výskumného projektu VEGA č. 1/0055/13 „Systemizácia vplyvu faktorov a podmienok znalostného manažmentu v kontexte tvorby podnikateľskej stratégie na pracovnú motiváciu a jej odraz v raste efektivity, resp. udržateľnosti úrovne podnikateľskej činnosti“ riešeného na oddelení manažmentu chemických a potravinárskych technológií ÚM STU v Bratislave.*

Autori:

Ing. Róbert Tomčík

Oddelenie manažmentu chemických a potravinárskych technológií

Ústav Manažmentu STU

Vazovova 5, 812 43 Bratislava, Slovenská republika

e-mail: robert.tomcik@stuba.sk

doc. Ing. Irina Bondareva, CSc.,

Oddelenie manažmentu chemických a potravinárskych technológií

Ústav Manažmentu STU

Vazovova 5, 812 43 Bratislava, Slovenská republika

e-mail: irina.bondareva@stuba.sk

Recenzenti:

doc. Ing. František Lipták, DrSc.

doc. Ing. Elena Šúbertová, PhD.

ПОДХОДЫ К РАЗРАБОТКЕ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ

APPROACHES TO DEVELOPING THE ORGANIZATION'S STRATEGY

Ченцова Карина Игоревна – Николаева Любовь Николаевна

Abstract The article sets forth the research results on importance of marketing strategy. It considers the marketing plan and strategic planning. As well the article also considers the brand significance in the fashion industry.

Purpose of the article Approaches to the study of the development organization's strategy.

Methodology/methods Marketing complex (4P), development stages of the marketing and strategic plan.

Scientific aim Specific aspects of marketing planning of the development strategy in the organization.

Findings There are many points of intersection between the strategies for the organization as a whole and marketing strategies. When developing the marketing strategy it is necessary to consider the customer behaviour, merchandise specific features and importance of the marketing complex elements.

Conclusions In development of marketing strategy in the fashion industry it is very important to consider that the brand acts as a tool commodity and communicative strategies.

Keywords: marketing program, marketing strategy, marketing plan, strategic planning, marketing complex.

JEL Classification: M31

ВВЕДЕНИЕ

В последние годы особенно возросла роль стратегического планирования, целью которого является разработка стратегических решений и формирование планов, нацеленных на развитие предприятия в долгосрочной перспективе и достижение конкурентных преимуществ с учетом возможных изменений во внешней среде.

Стратегическое планирование представляет собой процесс разработки и поддержания стратегического равновесия между целями и возможностями организации в изменяющихся рыночных условиях. Цель стратегического планирования — определить перспективные направления деятельности организации, обеспечивающие ее рост и успешность.

1 РОЛЬ МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ ПРИ РАЗРАБОТКЕ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ

Все подходы к разработке стратегии организации сводятся к теоретическому анализу в сочетании с интуицией разработчиков, которыми в первую очередь должны быть субъекты, детализирующие и реализующие стратегию. Важным является и то, что стратегия никогда не может быть продумана и просчитана до конца, а ее корректировка по мере изменения внешних и внутренних условий — процедура необходимая. Из сказанного следует, что универсального, пригодного на все случаи жизни метода разработки стратегии не существует, но опыт подсказывает несколько возможных направлений разработки. Лидером разработки процедур формирования стратегий считается Гарвардская школа бизнеса. Авторы (К. ЭНДРЮС, М. ПОРТЕР, Г. ХЭМЕЛ, К. ПРАХАЛАД, 2001) разработали главные подходы к формированию стратегий.

Стратегию, основанную на соответствии между существующими рыночными возможностями и способностями организации при заданном уровне рисков (экономическую стратегию) предложил (К. ЭНДРЮС, 2001). Подходы к разработке стратегии бизнеса, основанные на конкурентной позиции организации, да и сами конкурентные стратегии, разработал М. Портер, а концепция стержневых компетенций принадлежит (К. ПРАХАЛАДУ и Г. ХЭМЕЛУ, 2001).

Существует много точек пересечения между стратегиями для организации в целом и маркетинговыми стратегиями. Маркетинг изучает потребности потребителей и способность организации их удовлетворить. Эти же факторы определяют миссию и стратегические цели организации. При разработке стратегического плана оперируют маркетинговыми понятиями: "рыночная доля", "разработка рынка" и т. п. Поэтому очень сложно отделить стратегическое планирование от маркетингового. В ряде зарубежных компаний стратегическое планирование называют стратегическим маркетинговым планированием.

Один из важнейших этапов стратегического планирования — стратегический анализ, который соответствует по своим задачам возможностям аналитической функции маркетинга, отвечающей за получение и обработку рыночной информации.

Информационная система маркетинга может выступать в качестве инструмента предупреждения кризисных ситуаций в деятельности предприятия. Для этого включается механизм индикации "слабых сигналов", предвещающих развитие кризиса по тому или иному направлению деятельности. Для многих предприятий маркетинговая стратегия является важнейшей функциональной стратегией, поскольку она обеспечивает обоснованность рыночной направленности предприятия.

Необходимо различать понятия маркетинговая стратегия, маркетинговая программа, план маркетинга (маркетинговый план).

Маркетинговая стратегия описывает стратегию, которую предполагается использовать для достижения поставленной цели.

Маркетинговая программа переводит сформулированную стратегию в плоскость конкретных действий, указывает меры, которые помогут компании достичь своих маркетинговых и финансовых целей. Она содержит указание того, что именно будет сделано: показатели, бюджеты, календарные планы.

Маркетинговый план – это официальный плановый документ, цель которого состоит в выработке краткосрочного сугубо операционного подхода. Он должен содержать способы, с помощью которых можно измерить степень продвижения к поставленным целям и, в случае необходимости вносить в него корректировку.

В статье (ДЕНИСОВА К.И., НИКОЛАЕВА Л.Н., ЧУГАЙ А., 2013) рассмотрена взаимосвязь между стратегией маркетинга и маркетинговым планом.

Маркетинговая стратегия – это стратегия компании, ориентированной на рыночные ценности, ее разработка – это программно-целевой подход к деятельности организации.

Если такой стратегии нет, компания всегда будет отставать от своих конкурентов. Если же базовая стратегия выбрана, оно может идти собственным путем.

Для обеспечения должной эффективности маркетинговой стратегии разрабатываются, реализуются, оцениваются и пересматриваются планы. Процесс планирования представляет собой последовательность годовых маркетинговых планов, подчиненных единой маркетинговой стратегии.

Процесс реализации плана определяет фактические результаты маркетинговой стратегии и предусматривает (ЗАХАРОВ В.Я., 2005):

- составление перечня необходимых практических мероприятий;
- назначение лиц, ответственных за их осуществление;
- определение сроков и места реализации плана;
- способы реализации стратегии.

Можно отметить, что при разработке маркетингового плана цель и направление деятельности формулируется после анализа текущей ситуации, характеристики рынка и отбора целевых сегментов.

К этапу разработка маркетинговой стратегии и маркетинговых программ специалисты компании уже проанализировали текущую ситуацию, изучили рынки и потребителей, поставили цели, выявили целевые сегменты и позиционировали товар. Теперь руководство компании может разработать маркетинговые стратегии и тактику, которые поведут ее к поставленной цели, используя инструменты базового маркетингового комплекса: товарная, договорная, распределительная и коммуникативная стратегии. После того как будут разработаны соответствующие стратегии и программы, компании необходимо изыскать способы определения эффективности своей деятельности, выбрав механизмы и показатели, которые будут использоваться для измерения степени продвижения к поставленным целям. Для организации эффективного контроля за ходом выполнения маркетингового плана маркетологи должны диагностировать результаты и затем вносить коррективы, если достигнутые результаты не соответствуют ожидаемым.

2 ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ

В своей статье авторы (ДЕНИСОВА К.И., НИКОЛАЕВА Л.Н., ЧУГАЙ А., 2013) отмечают, что при планировании маркетинговой стратегии необходимо используется модель «4Р» или маркетинг-микс. Знание процесса разработки маркетинга - микса, его структуры имеет практическое значение. В наиболее часто употребляемой форме маркетинг-микс включает четыре субмикса маркетинга. В указанной работе элементы и инструменты комплекса маркетинга рассмотрены подробно.

Относительная значимость каждого отдельно взятого элемента комплекса маркетинга зависит от типа организации, вида товара, поведения покупателей. Для предприятий фэшн-индустрии при разработке маркетинговой стратегии необходимо учитывать важность разных элементов комплекса маркетинга.

Так, например, маркетинговые коммуникации имеют ряд отличий, обусловленных спецификой продвижения.

Индустрия моды нуждается в разработке эффективных инструментов маркетингового плана в области продвижения, которые были бы адаптированы к реалиям этого особого вида бизнеса. В статье (НИКОЛАЕВА Л.Н., 2012) раскрываются специфические особенности фэшн-индустрии по сравнению с другими сферами деятельности. Указаны замечания, связанные с современным покупателем, которые находят отражение в особенностях использования элементов маркетинговых коммуникаций при продвижении товара фэшн-индустрии.

Ещё одной характерной особенностью фэшн-индустрии является её сильная зависимость от брендов. Традиционно создание бренда преследовало 2 цели:

- ускорить осмысление предложения товара,
- определить систему ценностей, с которыми покупатели могут себя соотнести.

Как указывают авторы (ХАЙНС Т., БРЮС М., 2009) тактическая польза первой из них постепенно уменьшилась, так как покупатели оценивают бренды на основании личного опыта. Стратегическая роль второй цели растёт. Чтобы заслужить доверие, бренды должны выполнять обещания и быть аутентичными. Это относится к материальным предложениям и любым ценностям, которые они поддерживают (благотворительные мероприятия, охрана природы, поддержка культуры, искусства, финансирование молодежных организаций и т.д.). В развитии бренда важное место занимают коммуникации, так как их содержание оказывает серьезное влияние на поведение потребителя. Передача информации о бренде в фэшн-индустрии подразумевает его рекламу в авторитетных печатных изданиях, спонсирование соответствующих мероприятий, вирусный маркетинг и размещение продукта в изысканном месте, погружающем потребителя в атмосферу роскоши. В маркетинговые коммуникации вкладываются значительные средства. Бюджеты владеющих брендами компаний, направленных на рекламу, составляют 6-12 % от их общего объема продаж (ХАЙНС Т., БРЮС М., 2009).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, исходя из вышеизложенного, можно сделать следующие выводы.

1. Маркетологи в рамках своих традиционных компетенций вполне "перекрывают" все этапы стратегического планирования: инициацию и организацию процесса стратегического планирования, целеполагание (в

части "рациональной фильтрации предпринимательского видения собственников" и выбора ими личной стратегии); стратегический анализ, результатом которого является перебор стратегических альтернатив и выбор корпоративной стратегии; проведение маркетингового контроля в процессе реализации стратегической программы.

2. Маркетинг-микс, являясь комплексной программой мероприятий по продвижению товаров и услуг от продавца до конечного потребителя, выступает как инструмент оптимального размещения ресурсов в системе планирования маркетинга и управления. Разработка товарной, договорной, распределительной и коммуникативной стратегии необходимы для создания и доставки ценности целевым потребителям исходя из их потребностей и поведения.
3. При разработке маркетинговой стратегии необходимо определить важность и значимость разных элементов маркетинг-микса и соответствующих им инструментов в зависимости от типа компании, вида товара, поведения покупателей и других факторов.
4. Важна роль бренда. Сильный бренд обеспечивает лояльность клиента и увеличивает пожизненную стоимость потребителя, т.е. общую сумму, затраченную им на товары данной компании в рамках долгосрочных отношений между ними. Однако для разработки маркетинговой стратегии для фэшн-индустрии необходимо учитывать, что бренд одновременно выполняет роль как инструмента товарного, так и коммуникативного миксов. При разработке товарной стратегии бренд должен использоваться для привлечения внимания покупателей и ускорения принятия решения о покупке, а также для позиционирования товара. При разработке коммуникативной стратегии роль бренда связана с передачей информации и поддержанием высокого уровня осведомленности о бренде, что способствует продвижению товара на рынок.

ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ИСТОЧНИКИ

- Лапыгин Ю.Н., 2007. Стратегический менеджмент: Учебное пособие. Издательство ИНФРА-М, Москва, 2009, 236 с. ISBN 5–16–002856–0
- Захаров В.Я., 2005. Стратегический маркетинг: учебное пособие. Нижегородский государственный архитектурно - строительный университет, Нижний Новгород, 2005, 91 с. ISBN 5-87941-386-1
- Денисова К.И., Николаева Л.Н., Чугай А.Д., 2013. Статья «Специфика разработки маркетинговой стратегии в индустрии моды» MANEKO: 2013.02, 169 с. ISSN 1337-9488
- Хайнс Т., Брюс М., 2009. Маркетинг в индустрии моды. Издательство Гревцов Пабlishер, Минск, 2009, 416с. ISBN 978-985-6569-42-8
- Николаева Л.Н., 2012. Статья «Особенности продвижения товара в индустрии моды», *Aktuálne otázky humanitných a socioekonomických vied* 12, Bratislava. 09.11.2012, 10 с. ISBN 978-80-227-3834-7

Авторы:

аспирант, Ченцова К.И.,

Московский государственный университет дизайна и технологии (МГУДТ)

Москва, ул. Садовническая, д.33

e-mail: denisovakarina@list.ru

доцент, Николаева Л.Н., к.т.н.,

Московский государственный университет дизайна и технологии (МГУДТ)

Москва, ул. Садовническая, д.33

e-mail: nikolaeva_ln@mail.ru

Reviewers:

doc. Ing. Sergej Rad'ko, DrSc.

doc. Ing. Alexej Antonov, CSc.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФИНАНСОВОГО ПОТЕНЦИАЛА КОМПАНИИ

THEORETICAL APPROACHES TO THE ASSESSMENT OF THE FINANCIAL POTENTIAL

Ирина Александровна Дружинина – Ирина Анатольевна Бондарева – Алексей
Павлович Антонов

Abstract The article discusses various approaches to estimate the use of the financial capacity of the organization.

Purpose of the article Article seeks to substantiate In theory approaches to estimate the use of the financial capacity of the organization.

Methodology/methods The basic method of estimating the use of the financial capacity of the organization proposed in the article - a method based on a study of the organization of cash flows.

Scientific aim Substantiate the theoretical approaches to the evaluation of the index of the financial capacity of the organization through the use of matrix Franshona and Romane

Findings Substantiate the theoretical approaches to the evaluation of the index of the financial capacity of the organization through the use of matrix Franshona and Romane

Conclusions (limits, implications etc.) Evaluating the effectiveness of financial instruments necessitates the formation of theoretical and practical approaches to the quantitative and qualitative indicators of the financial capacity of the organization. One of the ways of forming such a measure is to use the concept of cash flow and financial matrix Franshona and Romanee, which has become widespread in the Russian and foreign practice. The paper proposes a theoretical model assessment index. indicator of the financial capacity of the organization.

Keywords: evaluation indicator of the financial capacity of the organization, the matrix Franshona Romanee, cash flow organization

JEL Classification: G32, G33

ВВЕДЕНИЕ

С учётом динамичности мировой экономики возникнет необходимость в быстрейшем освоении не только классических, но и достаточно сложных форм производных финансовых инструментов, с целью обеспечения финансовой устойчивости и повышения эффективности деятельности организаций – участников открытого финансового рынка. Финансовые инструменты в российской экономике обладают уникальными свойствами, которые отвечают требованиям современного мирового рыночного хозяйства т.к. позволяют хеджировать разнообразные коммерческие риски. Они также обладают высокой нормой прибыли, благодаря им появляются новые пути быстрой замены активов. Это происходит как на корпоративном, так и национальном или международном уровнях.

В связи с этим возникает необходимость разработки комплекса мероприятий по адаптации финансовых инструментов коммерческой организации к условиям неопределённости открытых рынков. Для этого целесообразно рассмотреть особенности финансовых инструментов открытых рынков: биржевых и банковских инструментов, а также формирования финансового потенциала организации и оценки его использования.

1 ПОНЯТИЕ ФИНАНСОВОГО ПОТЕНЦИАЛА КОМПАНИИ

Переход к рынку ставит новые задачи перед финансовой деятельностью предприятия. Конкурентоспособность предприятия зависит, как от внутренних возможностей эффективно использовать все имеющиеся в его распоряжении ресурсы, так и от внешних условий, таких как налоговая (кредитная, ценовая) политика государства и рыночная инфраструктура. Финансовый потенциал предприятия является комплексным понятием и характеризуется системой показателей, отражающих наличие и размещение средств, реальные и потенциальные финансовые возможности. Основными из них являются:

- состав и структура активов предприятия,
- объем произведенной продукции и услуг,
- общие затраты на производство и структура затрат,
- структура оборотных средств и оборачиваемость запасов
- инвестиционный потенциал,
- интенсивность инвестиций и период возврата инвестиций,
- норма прибыли на капитал,
- рентабельность продукции.
- ликвидность и платежеспособность,,
- необходимые и существующие объемы денежных потоков.

К основным факторам, влияющим на величину финансового потенциала предприятия, можно отнести:

- устойчивость темпов роста собственных средств предприятия,
- качество управления текущими активами,
- обеспечение запасов и затрат собственными средствами,
- возможность доступа к заемным финансовым источникам,
- обеспечение допустимой зависимости предприятия от кредиторов,
- оборот акций,

- объем выплачиваемых дивиденд.

Конкурентоспособный финансовый потенциал характеризуется устойчивой платежной готовностью, достаточной обеспеченностью собственными оборотными средствами и эффективным их использованием с хозяйственной целесообразностью, четкой организацией расчетов, наличием устойчивой финансовой базы. Финансовое положение предприятия может быть напряженным в случае неэффективного размещения средств, их иммобилизации, просроченной задолженности перед бюджетом, поставщиками, банком, а также недостаточной устойчивости потенциальной финансовой базы, что связано с неблагоприятными тенденциями в производстве.

Устойчивое финансовое положение предприятия является необходимым условием его деятельности в рыночных отношениях, поскольку от этого зависит своевременность и полнота погашения его обязательств по оплате труда работников, расчетов с бюджетом, банками и поставщиками материальных ресурсов, по выплате дивидендов и т.д. Финансовый потенциал можно считать эффективным, если он покрывает собственными средствами не менее 50% финансовых ресурсов, необходимых для осуществления конкурентоспособной деятельности предприятия, которое целенаправленно и эффективно использует финансовые ресурсы и является платежеспособным.

Укрепление финансового потенциала предприятия во многом зависит от правильности сформированной финансовой стратегии. Формирование и реализация финансовой стратегии, направленной на поддержку конкурентоспособного потенциала предприятия, основывается на использовании механизмов и инструментов финансового менеджмента, к которым можно отнести следующие:

- финансовое управление – финансовый анализ, бюджетирование, антикризисное управление, менеджмент привлечения заемных средств и размещения свободных средств, инвестиционный менеджмент;
- финансовая реструктуризация – ликвидация нерентабельных и неплатежеспособных структур предприятия, ужесточение контроля за расходованием денежных средств, списание активов с баланса предприятия, управление издержками производства, интеграция капитала;
- рынок финансовых услуг – факторинг, страхование, лизинг, офшоры;
- управление финансовыми рисками – управление активами и пассивами, хеджирование, свопы, фьючерсы, форварды, опционы.

Управление финансовым потенциалом предприятия осуществляется в рамках финансового менеджмента, основной целью которого является обеспечение эффективного функционирования предприятия посредством воздействия на его финансовые ресурсы. В условиях формирования рыночной экономики возрастает роль собственных средств как источника развития предприятий, так как привлеченные средства имеют весьма высокую стоимость. При действующей ставке рефинансирования Банка России только высокорентабельные экспортно ориентированные предприятия могут привлекать долгосрочные кредитные ресурсы в качестве источника финансирования инвестиций. Чтобы определить оптимальный набор мер по активизации инвестиционного процесса в форме капитальных вложений, необходимо оценить, какими ресурсами реально располагает предприятие и могут ли данные ресурсы быть мобилизованы в процессе осуществления финансово-хозяйственной деятельности, т.е. оценить финансовый потенциал организации.

Финансовый потенциал раскрывается через исследование количества и качества финансовых ресурсов, определяющие возможности функционирования и развития предприятия. Ряд факторов, характеризующих финансовый потенциал предприятия, к которым относятся: достаточность оборотных средств на предприятии, стоимость имущества предприятия, норма накопления прибыли, размер внешнего и внутреннего долга и т.д., во многом определяет инвестиционную конкурентоспособность предприятия, кредитоспособность и экономическую независимость.

2 МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОГО ПОТЕНЦИАЛА

Необходимость осуществления оценки финансового потенциала предприятия вызвана тем, что этот параметр позволяет:

- выявить финансовые возможности предприятия, которые определяются, прежде всего, наличием собственного капитала;
- оценить инвестиционные возможности, определить уровень инвестиционного потенциала, необходимого для реализации инвестиционного бизнес-плана;
- определить степень зависимости предприятия от заемных источников.

В настоящее время в экономической литературе существуют различные подходы к оценке финансового потенциала предприятия. В качестве критериев оценки финансового потенциала используются такие показатели как прибыльность, ликвидность, платежеспособность, а также потенциальные инвестиционные возможности. При этом предлагаемые методики оценки финансового потенциала предполагают расчет финансовых показателей на основании данных бухгалтерской отчетности предприятия.

Так, Толстых, Т.Н. и Уланова, Е.М. (Толстых, Т.Н. и Уланова, Е.М., 2004) определяют финансовый потенциал предприятия как «...обеспеченность финансовыми ресурсами, необходимыми для нормального функционирования предприятия, целесообразности их размещения и эффективности использования». Так, в предложенной этими авторами методике, формула для расчета финансового потенциала предприятия выглядит следующим образом:

$$F = \frac{\sum_{i=1}^n \frac{P_i \cdot k_i}{\bar{P}_i}}{n}$$

где:

F – значение финансового потенциала в баллах,

$\bar{P}_i$ – среднеотраслевое значение i -го фактора,

P_i – значение i -го фактора для конкретного предприятия,

n – количество факторов,

k_i – корректирующий коэффициент для i -го фактора, влияющего на уровень финансового потенциала.

Фомин, П.А. и Старовойтов, М.К. (Фомин, П.А. и Старовойтов, М.К., 2002) предлагают оценивать финансовый потенциал предприятия по следующим критериям:

- по финансовым показателям: экспресс-анализ основных показателей, характеризующих ликвидность, платежеспособность и финансовую устойчивость предприятия;
- по критерию «возможность привлечения дополнительного капитала»: степень привлекательности предприятия для потенциального инвестора;
- по критерию «наличие эффективной системы управления финансами».

Указанные методики оценки финансового потенциала предполагают экспертную оценку значений рассчитанных показателей с присвоением определенного количества баллов, на основе суммарного значения которых определяется лишь качественная характеристика уровня использования финансового потенциала предприятия. Так, Самарская Н. А. (Самарская, Н.А., 2003) предлагает давать экспертную оценку с учетом следующей шкалы:

- потенциальные возможности вообще не используются – 2 балла;
- потенциальные возможности используются на минимальном уровне – 4 балла;
- потенциальные возможности используются на среднем уровне – 6 баллов;
- потенциальные возможности используются чуть выше среднего уровня – 8 баллов;
- потенциальные возможности используются полностью – 10 баллов.

Основным недостатком изложенных методик является то, что они позволяют получить только качественную оценку уровня использования финансового потенциала предприятия, в то время как вопрос определения величины самого потенциала остается открытым.

3 ОЦЕНКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФИНАНСОВОГО ПОТЕНЦИАЛА НА ОСНОВЕ ОЦЕНКИ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ

Для оценки использования финансового потенциала предприятия, возможно, использовать метод оценки денежных потоков. Это связано, прежде всего, с тем, что в качестве оценочного показателя финансового потенциала выступает рыночная стоимость компании. Данный принцип означает, что расчет величины денежного потока, лежащего в основе оценки рыночной стоимости, производится исходя из того варианта возможного и разумного использования ресурсов предприятия, который обеспечивает его максимальную стоимость.

В этой связи особый интерес представляет матрица финансовых стратегий Франшона и Романа (Стоянов, Е.А., Стоянова, Е.С., 1993; Дорофеев, М.Л., 2009, Воробьев, А.В., 2012 и др.). Популярность данной финансовой модели объясняется ее достаточной эффективностью, о чем свидетельствует практика применения матрицы в зарубежных фирмах и на отечественных предприятиях. Матрица способствует генерированию достаточного объективного и информативного заключения о финансовом состоянии компании и перспективах ее развития.

Она представляет собой стратегическую финансовую модель, использующую в своей основе три основополагающих категории финансового менеджмента. Расшифровка и способ расчета базовых понятий приведены в табл. 1.

Таблица 1: Параметры матрицы финансовых стратегий Франшона и Романа

Категория	Краткое обозначение	Формула расчета
РХД	Результат хозяйственной деятельности.	Прибыль до, уплаты процентов и налогов - Изменение Финансово-эксплуатационных потребностей - Производственные инвестиции + Обычные продажи имущества.
РФД	Результат финансовой деятельности.	Изменение заемных средств - Финансовые издержки по заемным средствам - Налог на прибыль - (Дивиденды + Другие доходы финансовой деятельности).
РФХД	Результат финансово-хозяйственной деятельности.	$РФД + РХД$

Источник: Дорофеев, М.Л., 2009

Матрица Франшона и Романа показана на рисунке 1.

	$РФД < 0$	$РФД = 0$	$РФД > 0$
$РХД > 0$	$РФХД = 0$ 1	$РФХД > 0$ 4	$РФХД > 0$ 8
$РХД = 0$	$РФХД < 0$ 7	$РФХД = 0$ 2	$РФХД > 0$ 5
$РХД < 0$	$РФХД < 0$ 9	$РФХД < 0$ 6	$РФХД = 0$ 3

Рис. 1 Матрица Франшона и Романа

Источник: Дорофеев, М.Л., 2009

По горизонтали РФД связан с ростом заимствования средств фирмой. По вертикали РХД связан с реализацией фирмой инвестиционного проекта (массированное инвестирование средств).

Результат финансовой деятельности отражает финансовую политику предприятия (привлечение заемных средств или функционирование без привлечения таковых). При его подсчете мы пользуемся только движением *финансовых* потоков. Решающее значение для определения знака РФД имеет знак изменения заемных средств. При увеличении использования заемных средств РФД возрастает и становится положительным.

По вертикали РХД связан с *реализацией фирмой инвестиционного проекта* (массированное инвестирование средств). Только этим можно объяснить переход от положительного РХД (прекрасная возможность начать реализацию инвестиционного проекта) к отрицательному РХД (ситуация значительного инвестиционного вложения средств). РХД нужен для выявления величины и динамики денежных средств предприятия в результате его инвестиционно-хозяйственной деятельности. РФД нужен для определения величины и динамики денежных средств предприятия в результате его финансовой деятельности.

Таким образом, РФХД показывает величину и динамику денежных средств предприятия после совершения всего комплекса инвестиционно-производственной и финансовой деятельности фирмы. Положительная величина результата финансово-хозяйственной деятельности дает основание утверждать, что в деятельности фирмы имеет место превышение доходов фирмы над ее расходами. Идеальный вариант — это колебания с еще меньшей амплитудой. Как указывает Акулов В.Б. (Акулов В. Б., 2007), «РФХД нормально работающей фирмы может колебаться в рамках жизненного цикла между 0% и 10% добавленной стоимости (в обе стороны). Это — безопасная зона для фирмы».

На основе вышесказанного можно сделать следующие выводы:

1. Диагональ АВ характеризует сбалансированность притоков и оттоков денежных потоков и соответствует оптимальному использованию финансового потенциала компании.
2. Над диагональю АВ - зона успехов - зона положительных значений аналитических показателей, которая характеризует избыток поступлении денежных средств и отражает высокий уровень финансового потенциала компании, но недостаточно эффективное его использование.
3. Под диагональю АВ - зона дефицитов - зона отрицательных значений аналитических показателей. Это ситуация характеризует недостаточность финансового потенциала компании.

Использование стратегической матрицы Франсона и Романа не только позволяет провести диагностику стратегической финансовой позиции компании, но и оценить использование ее финансового потенциала с помощью коэффициента его использования ($K_{фп}$). Очевидна необходимость, с точки зрения оценки использования финансового потенциала, перехода от абсолютных показателей РФХД к относительным параметрам, что позволит проводить сравнительный анализ этого параметра в динамике или по отношению к другим компаниям. Такая модель может быть представлена следующей зависимостью:

$$K_{фп} = \frac{РФХД}{СК + ЗК}$$

где:

$K_{фп}$ — коэффициент использования финансового потенциала компании;

СК — стоимость собственного капитала компании;

ЗК — стоимость заёмного капитала компании.

Дискуссионным, требующим апробации является предложение по оценке этого параметра как относительной величины по отношению к величине собственного и заемного капитала. Целесообразно в качестве базы для расчета показателя использования финансового потенциала рассмотреть также показатель величины активов организации. Результаты апробации предлагаемой методики определения показателя использования финансового потенциала компании на примере предприятий разных отраслей будут предметом рассмотрения следующего этапа исследования.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Оценка эффективности влияния финансовых инструментов делает необходимым формирование теоретических и практических подходов к количественной и качественной оценке показателя использования финансового потенциала организации. Одним из вариантов формирования такого показателя является использование концепции денежных потоков и финансовой матрицы Франсона и Романэ, получившей широкое распространение в российской и зарубежной практике финансового менеджмента. Анализ денежных потоков в соответствии с этой матрицей позволяет вовремя понять предупреждающие сигналы о возможных финансовых проблемах компании, а также сделать выводы о состоянии и использовании её финансового потенциала. В статье предлагается теоретическая модель оценки показателя использования финансового потенциала организации.

ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ИСТОЧНИКИ

- Акулов В. Б.: *Финансовый менеджмент*. Петрозаводск: МПСИ, 2007, 264 с., ISBN 978-5-9765-0039-6
- Воробьев А.В.: *Анализ современных зарубежных матричных моделей выбора финансовой стратегии*. In: *Современные технологии управления*, 2012, №10 (22), ISSN 2226-9339. Доступно на: <http://sovman.ru>
- Generalova, A.V. - Morozova T.F. – Kruglic, A. A. : *Integrated risk assessment of industrial enterprise*. In: "Design and Technology". Scientific journal, Issue №10 (30) - Moscow: RIO MSUDT, 2013, ISSN 2076-4693
- Generalova A.V. – Popov, E.V.: *The synergistic effect of mergers and acquisitions* In: *Transportation business in Russia*, №5 (102), 2012, pp 16-18, ISSN 2071 – 8689
- Дорофеев, М.Л.: *Особенности применения матрицы финансовых стратегий Франсона и Романэ в стратегическом финансовом анализе компании*. In: *Журнал Финансы и кредит*, №23(359), 2009, с. 51-5, ISSN: 2079-6773.
- Запорожцева Л.А., Рябых М.Е.: *Разработка стратегии обеспечения финансовой безопасности предприятия*. In: *Фундаментальные исследования*. – 2013. – № 11 (часть 8), стр.1637-1642; (дата обращения: 27.10.2014). Доступно на: www.rae.ru/fs/?section=content&op=show_article&article_id=10002662
- Kováč, M. – Sabadka, D.: *Hodnotenie inovačného potenciálu podnikov*. In: *transfer inovácií* 6/2003. Доступно на: <http://www.sjf.tuke.sk/transferinovacii/pages/archiv/transfer/6-2003/pdf/20-23.pdf>
- Стоянов, Е.А., Стоянова, Е.С.: *Экспертная диагностика и аудит финансово-хозяйственного положения предприятий*. – Москва: Перспектива, 1993. – 89 с.
- Толстых, Т.Н. – Уланова, Е.М.: *Проблемы оценки экономического потенциала предприятия: финансовый потенциал*. In: *Вопросы оценки*, 2004 № 4, ISSN 2224-0764
- Финансовый менеджмент и практика: под ред. Е.С. Стояновой. – М.: Перспектива, 2001
- Фомин, П.А.- Старовойтов, М.К.: *Практический инструментальный организации управления промышленных предприятий*. Москва, Высшая школа, 2002, 267 с.

Авторы:

проф. И.А. Дружинина, к.т.н.

кафедра экономики и менеджмента,

Московский государственный университет дизайна и технологии (МГУДТ)

Москва, ул. Садовническая, д. 33

Tel.: +7 (495) 951-1120,

e-mail: irinadrug@mail.ru

доц. И.А. Бондарева, к.т.н.,

отделение менеджмента химических и пищевых технологий Института менеджмента

Словацкого технического университета в Братиславе

Вазовова 5, 81243 Братислава

Tel.: +421/0918 669 114,

e-mail: irina.bondareva@stuba.sk

доц. А.П. Антонов, к.т.н.

кафедра экономики и менеджмента,

Московский государственный университет дизайна и технологии (МГУДТ)

Москва, ул. Садовническая, д. 33

Tel.: +7 (495) 951-1120,

e-mail: antonov_a_p@mail.ru

Reviewers:

doc. Ing. Valentina Iljina, CSc.

doc. Ing. Sergej Rad'ko, DrSc.

ДИАГНОСТИКА ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ, БЛАГОПРИЯТНОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ

DIAGNOSIS OF ORGANIZATIONAL CULTURE ADEQUATE STRATEGY DEVELOPMENT COMPANY

Ирина Александровна Дружинина – Ирина Анатольевна Бондарева – Диана
Борисовна Шальмиева

Abstract The article is devoted to the problem of diagnosing organizational culture and determine the direction of its improvement favorable strategic development.

Purpose of the article The article describes the strategy map as the main method of forming strategic direction of the company, as well as the method of diagnosis of the existing organizational culture of the company culture and the corresponding development strategies.

Methodology/methods The study tested method of assessing organizational culture, proposed by Cameron and Quinn.

Scientific aim Diagnosing the organizational culture of the organization and its adaptation to the strategic directions of development.

Findings Adaptation of organizational culture to the strategic directions of the organization

Conclusions (limits, implications etc.) The article is devoted to the problem of diagnosing organizational culture and determine the direction of its improvement favorable strategic development of the company.

Keywords: organizational culture, strategic development, methods of diagnostics of organizational culture.

JEL Classification: G32, G33

ВВЕДЕНИЕ

Ускорение изменений в окружающей среде, появление новых запросов и изменение позиции потребителя, возрастание конкуренции за ресурсы, появление новых возможностей для бизнеса, открываемых достижениями науки и техники, развитие информационных сетей, широкая доступность современных технологий, изменение роли человеческих ресурсов, а также ряд других причин привели к резкому возрастанию значения стратегического управления. Исключительно важным становится осуществление стратегического управления, которое обеспечивает адаптацию фирмы к быстро меняющимся условиям ведения бизнеса, особенно в условиях мирового финансового кризиса. Важным фактором эффективной системы стратегического управления является создание сильной корпоративной культуры организации, которая способствует достижению стратегических целей организации.

1 СТРАТЕГИЧЕСКАЯ КАРТА КОМПАНИИ – ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ

Как показывают многочисленные исследования, не существует единой для всех компаний стратегии. Каждая фирма уникальна в своем роде, поэтому и процесс выработки стратегии для каждой фирмы уникален. Он зависит от позиции фирмы на рынке, динамики развития, ее потенциала, поведения конкурентов, характеристик производимого товара или оказываемых услуг, от состояния организационной культуры компании и других факторов.

На практике существует множество подходов к созданию стратегии. Однако независимо от того, какой из них используется, стратегическая карта предоставляет универсальный и последовательный способ описания стратегии таким образом, чтобы можно было не только устанавливать цели и показатели, но и управлять ими. Стратегическая карта — это связь между формулированием стратегии и ее воплощением.

Шаблон стратегической карты представляет собой некий контрольный список стратегических компонентов и их взаимодействий.

Изучая стратегическую карту, отдельные подразделения и сотрудники организации начинают понимать свою роль в реализации стратегии. Можно создавать стратегические карты на любом уровне управления вплоть до индивидуальных карт каждого сотрудника. Следовательно, каждый уровень будет иметь возможность видеть свое место на общей стратегической карте.

Организации, успешно внедряющие стратегические карты, разрабатывают и используют их для того, чтобы перевести свои стратегии в цепь причинно-следственных связей, которые могут быть легко поняты всеми сотрудниками.

Стратегическая карта компании явилась результатом стратегического анализа деятельности компании, ее стратегической позиции и существующего потенциала дальнейшего развития. На рис. 1 представлена стратегическая карта аудиторской компании Хэлп - Аудит, которая представляет иерархию целей компании и тех средств, которые необходимы для их реализации. Необходимо помнить, что стратегическая карта выполняет коммуникативную функцию, т.е. объясняет всем заинтересованным сторонам смысл стратегии компании, поэтому карта должна быть построена так, чтобы создавался ясный и убедительный образ стратегии.

Культура организации является важным фактором, как формирования стратегии организации, так и ее реализации. Стратегия организации может быть только

такой, какова культура организации, уровень компетенции руководителей и подчинённых.

СТРАТЕГИЧЕСКАЯ КАРТА КОМПАНИИ ХЭЛП-АУДИТ

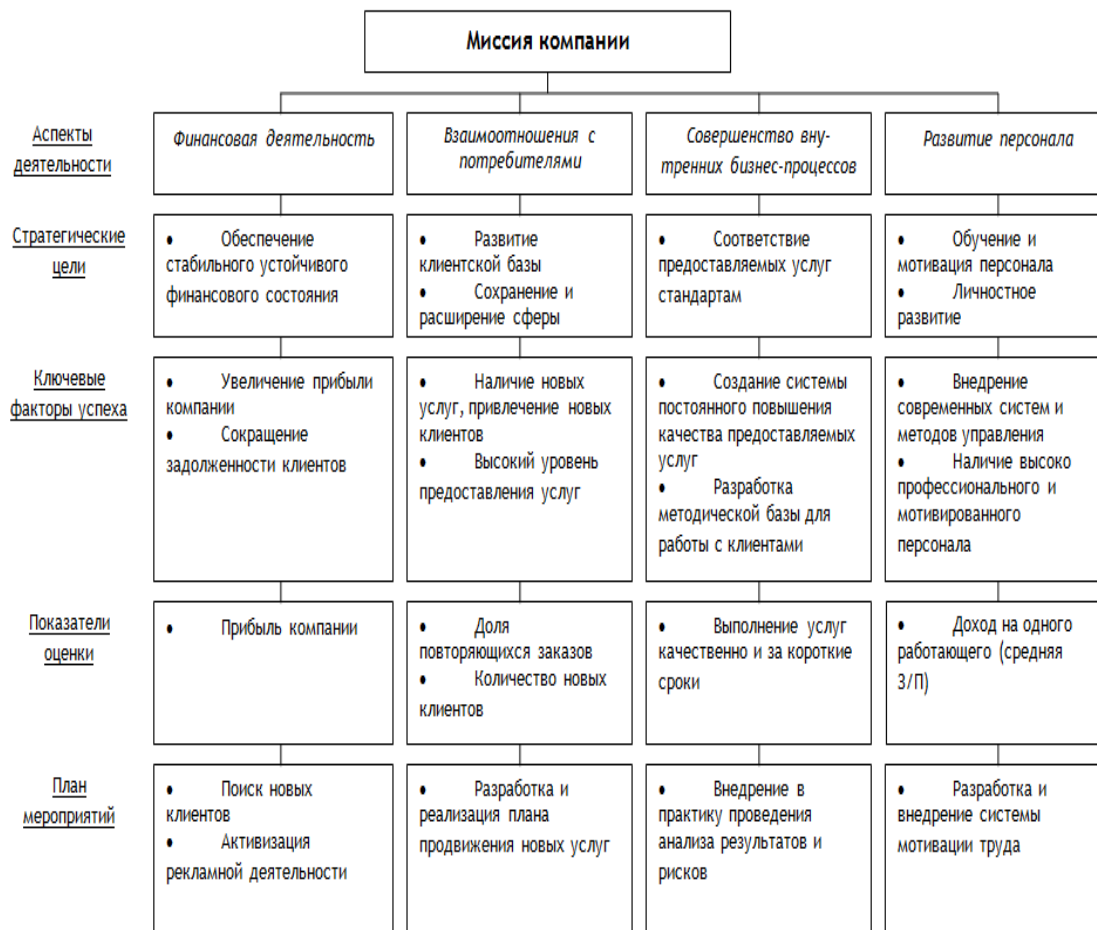


Рис. 1: Стратегическая карта компании Хэлп-Аудит

Источник: разработка авторов

Для эффективного стратегического управления организация должна создать систему интеграции стратегических знаний, развития конкурентных способностей (компетенций) ее сотрудников. Компетенция руководителей компании высшего уровня должна включать навык творческого решения стратегических проблем. Сущностная основа такого рода компетенции – это стратегическое видение того, как может компания умело применить имеющиеся внутренние и внешние ресурсы для последовательного превращения их в значительные рыночные результаты.

2 РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ

Главным свойством организации будущего, как показывают многочисленные исследования, является гибкость, постоянное приспособление к динамичной окружающей среде. Это, в свою очередь, потребует постоянной высокой отдачи

персонала, развития творчества, самостоятельности, демократизации управления и т. п. Отсюда вытекают современные тенденции развития организаций, предполагающие повышение значимости таких свойств, как большая гибкость, преимущественное использование команд, высокая внутренняя конкурентоспособность.

Чем сложнее и разнообразнее элементы социально-экономической системы, тем выше может быть уровень ее организации, то есть более высокого порядка организованности управления формированием и развитием культуры фирмы можно достичь только при разнообразном, современном и перспективном наборе элементов.

Исходя из вышесказанного, уникальная культура является неповторимым ресурсом организации. Организационная культура, в свою очередь, - это система общепринятых в организации представлений и подходов к постановке дела, к формам отношений и к достижению результатов деятельности, которые отличают данную организацию от всех других.

Часто корпоративная культура воспринимается как идеология, философия управления, основу которой формируют ценностные ориентации, верования и нормы поведения работников. Зависимость между корпоративной культурой и эффективностью фирмы отмечают многие авторы (Mihalčová, B.– Gavurová. B., 2007; Lukášová, R. – Nový, I., 2004 и другие)

Корпоративная культура – это не только условие эффективного проведения организационных преобразований, но и самостоятельный объект управления. Корпоративная культура тесно связана с таким понятием как деловая репутация организации. Под деловой репутацией организации понимается разница между покупной ценой организации (приобретенного имущественного комплекса) и стоимостью по бухгалтерскому балансу всех ее активов и обязательств. Деловая репутация может быть и положительной, и отрицательной. Положительная репутация рассматривается как надбавка к цене, которую покупатель выплачивает в ожидании будущих выгод. Отрицательная деловая репутация представляет собой скидку с цены, предоставляемую покупателю в связи с отсутствием стабильных покупателей, высокого качества продукции, навыков маркетинга и сбыта и др.

Высокоорганизованная культура, поддерживающая стратегию, превращает работу в образ жизни, воспитывая и мотивируя сотрудников; она имеет свою структуру, свои нормы и свою систему ценностей, а также обеспечивает приверженность персонала идеалам корпорации. Приведенное далее утверждение является важным для руководства при реализации стратегии фирмы. Для внедрения и претворения в жизнь стратегического плана организационная культура должна идти параллельно со стратегической линией компании. Комплексная оценка организационной культуры состоит из совокупности качественных и количественных показателей, и включает в себя определение ее типа и оценку уровня построения системы управления формированием и развитием организационной культуры.

3 ДИАГНОСТИКА ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ КОМПАНИИ

В данном исследовании была апробирована методика экспертной диагностики организационной культуры аудиторской компании «Хэлп- Аудит» предложенная Камероном и Куинном (Cameron, K.S., Quinn, R.E., 1999), в основе которой лежит использование метода анкетирования специалистов компании по определенной методике. Для этого предлагается использовать вопросник, в котором каждому участнику исследования предлагается выбрать один из вариантов ответа.

Для этого сотрудникам аудиторской компании «Хэлп-Аудит» предлагалось заполнить специальную анкету. Необходимо было распределить 100% между ответами А, В, С, D, которые соответствуют определенному типу существующей и предпочтительной с учетом стратегии развития компании организационной культуры (см. табл.1). Затем было рассчитано среднее арифметическое значение по шести представленным блокам по каждому из параметров А,В,С,Д.

В анкете параметр А соответствует клановой организационной культуре, В – адхократической культуре, С – рыночной культуре, D – иерархической культуре. В соответствии с полученными данными вычерчивается профиль организационной культуры компании, который может иметь различную форму (сплошная линия – имеющаяся культура, пунктир – желательная).

Таблица 1: Анкета оценки существующего и предпочтительного состояния организационной культуры компании

1	Важнейшие характеристики	Существующее состояние	Предпочтительное состояние
А	Организация уникальна по своим особенностям, подобна большой семье; люди имеют много общего	10	40
В	Организация очень динамична и проникнута предпринимательством; люди готовы жертвовать собой и идти на риск	50	20
С	Организация ориентирована на результат, на выполнение задания; люди ориентированы на соперничество и достижение цели	20	20
Д	Организация жестко структурирована и строго контролируется; действия людей определяются правилами, инструкциями, процедурами	20	20
Всего		100%	100%
2	Общий стиль лидерства в организации	Существующее состояние	Предпочтительное состояние
А	Представляет пример мониторинга, стремления помочь и научить	20	20
В	Служит примером предпринимательства, новаторства, склонности к риску	10	20
С	Служит примером деловитости, агрессивности, ориентации на результат	50	20
Д	Является примером координации, четкой организации, плавного ведения дел в русле рентабельности	20	40
Всего		100%	100%
3	Управление наемными работниками	Существующее состояние	Предпочтительное состояние
А	Поощрение командной работы, единодушие и участие в принятии решений	20	40

B	Поощрение индивидуального риска, новаторства, свободы и самобытности	20	20
C	Высокая требовательность, жесткое стремление к конкурентоспособности, поощрение достижений	30	20
D	Гарантия занятости, требования подчинения, предсказуемость и стабильность в отношениях	30	20
Всего		100%	100%
4	Связующая сущность организации	Существующее состояние	Предпочтительное состояние
A	Организацию связывают воедино преданность делу и взаимное доверие. Обязательность организации находится на высоком уровне	20	20
B	Организацию связывают воедино приверженность новаторству и совершенствованию, стремление быть на передовых рубежах	20	40
C	Организацию связывают воедино акцент на достижении цели и выполнении задач. Общепринятые темы для обсуждений – агрессивность и победа	30	20
D	Организацию связывают воедино формальные правила и официальная политика. Плановый ход деятельности организации	30	20
Всего		100%	100%
5	Стратегические цели	Существующее состояние	Предпочтительное состояние
A	Гуманное развитие, высокое доверие. Открытость и соучастие	20	30
B	Обретение новых ресурсов, решение новых проблем, апробация всего нового	30	20
C	Конкурентное действие, стремление к победе на рынке, целевая концентрация сил	40	30
D	Неизменность, стабильность, рентабельность, контроль, плавность всех операций	10	20
Всего		100%	100%
6	Критерии успеха	Существующее состояние	Предпочтительное состояние
A	Развитие человеческих ресурсов, бригадная работа, увлеченность работников делом, забота о людях	20	30
B	Обладание уникальной и новейшей продукцией, лидерство, новаторство	20	20

C	Победа на рынке, опережение конкурентов, лидерство	40	30
D	Рентабельность, плавные планы-графики, низкие производственные затраты	20	20
Всего		100%	100%

Источник: разработка авторов

Результаты анкетирования представлены в таблице 2 и на рисунке 2.

Таблица 2: Результаты анкетирования

Тип организационной культуры	Существующее состояние	Предпочтительное состояние
A (клановая)	18,3	30
B (адхократическая)	25	23,3
C (рыночная)	35	23,3
D (иерархическая)	21,6	23,3

Источник: разработка авторов

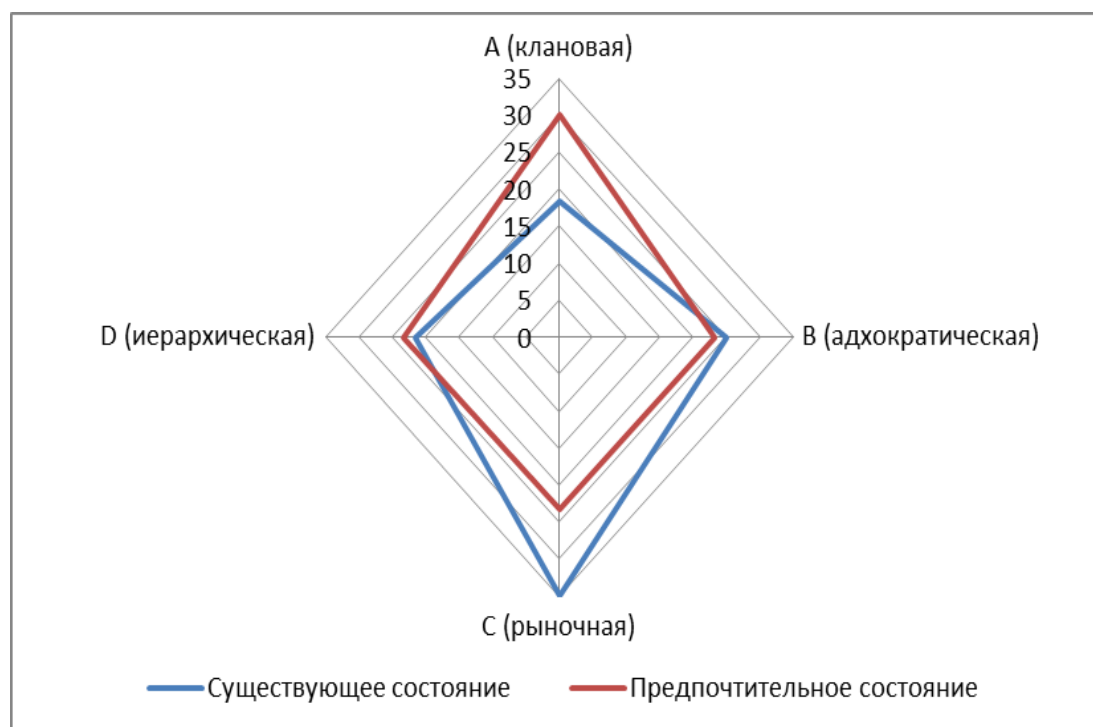


Рис. 2: Существующий и предпочтительный профиль организационной культуры компании Хэлп Аудит

Источник: разработка авторов

Анализ результатов оценки уровня организационной культуры и построения ее профиля свидетельствуют о том, что в анализируемой аудиторской компании присутствуют элементы различных типов организационной культуры с преобладанием элементов рыночной культуры, в то время как предпочтительное значение этого уровня существенно ниже достигнутого уровня. Элементы клановой организационной культуры существенно ниже желаемого уровня. Более сбалансированными с точки

зрения существующего положения и тенденций в развитии организационной культуры, соответствующих стратегии развития компании, являются элементы иерархической и бюрократической культуры.

Результаты проведенного анализа показали, что на практике в любой организации присутствуют элементы организационных культур различного типа. Преобладание элементов культуры того или иного типа связано с особенностями характера деятельности организации, ее позицией на рынке, стратегическими целями и другими факторами.

Как показал проведенный анализ организационной культуры аудиторской компании «Хэлп-Аудит», преобладание тенденций в развитии клановой культуры в организации характерно для небольших компаний, эффективность работы которых в значительной степени определяется профессионализмом сотрудников и способностью руководства компании обеспечить эффективную командную работу.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Полученные результаты дают представление не только о существующем состоянии организационной культуры, но и направлении ее позитивного изменения с учетом стратегических задач развития организации.

Анализ результатов исследования организационной культуры компании позволяет сформулировать траекторию позитивного изменения организационной культуры организации с учетом направлений стратегического ее развития, что будет в значительной степени способствовать их успешной реализации.

Таким образом, предлагаемая методика диагностики организационной культуры компании способствует формированию организационной культуры, благоприятной для стратегического управления компанией.

ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ИСТОЧНИКИ

- Афанасьев М.П.: *Корпоративное управление на российских предприятиях*. М., АО Интерэксперт, 2000
- Cameron, K.S., Quinn, R.E.: *Diagnosing and changing organizational culture*. Reading. Adison Wesley, 1999. ISBN 0-201-33871-8
- Дубинина М.В.: *Корпоративная этика как инструмент социального менеджмента*// Менеджмент в России и за рубежом, 2002.
- Камерон К., Куинн Р.: *Диагностика и изменение организационной культуры*/Пер. с англ. под ред. И.В.Андреевой. – СПб: Питер, 2001, 320 с.
- Капитонов Э.А., Капитонов А.Э.: *Корпоративная культура*. – Ростов-на-Дону: ОАО Ростиздат, 2001, 384с.
- Lukášová, R. – Nový, I.: *Organizační kultura: od sdílených hodnot a cílů k vyšší výkonnosti podniku*. Praha: Grada Publishing a.s., 2004. 174 s. ISBN8024706482,
- Mihalčová, B. – Gavurová, B.: *Organizačná kultúra ako faktor úspešnosti organizácie*. In: *Manažment v teórii a praxi*, roč. 3, 2007, č. 4, ISSN 1336-7137. Dostupné na <http://casopisy.euke.sk/mtp/clanky/4-2007/6.mihalcova-gavurova.pdf>
- Quinn, R., Rohrbaugh, J.: *A special Model of effectiveness criteria: Toward a competing values approach to organisational analysis*. In *Management Science*. Vol. 29(3), pp. 363-77.
- Радько С.Г.: *Компетенции как совокупный ожидаемый результат образования*. - Москва, Санкт-Петербург: Нестор-история, 2014, 204 с.

Спивак В.А.: *Корпоративная культура*. СПб.: Питер, 2001, 352с.

Šimberová, I.: *Corporate culture – as a barrier of market orientation implementation*. In: Economics & Management, 2009. s. 513-522. ISSN 1822-6515 ISSN 1822-6515. Dostupné na <http://www.ktu.lt/lt/mokslas/zurnalai/ekovad/14/1822-6515-2009-513.pdf>

Afiliácia k projektu: *príspevok je čiastkovým výstupom v rámci výskumného projektu VEGA č. 1/0055/13 „Systemizácia vplyvu faktorov a podmienok znalostného manažmentu v kontexte tvorby podnikateľskej stratégie na pracovnú motiváciu a jej odraz v raste efektivity, resp. udržateľnosti úrovne podnikateľskej činnosti“ riešeného na oddelení manažmentu chemických a potravinárskych technológií ÚM STU v Bratislave.*

Авторы:

проф. И.А. Дружинина, к.т.н.

кафедра экономики и менеджмента,

Московский государственный университет дизайна и технологии (МГУДТ)

Москва, ул. Садовническая, д. 33

Tel.: +7 (495) 951-1120,

e-mail: irinadrug@mail.ru

доцент И.А. Бондарева, к.т.н. ,

отделение менеджмента химических и пищевых технологий Института менеджмента Словацкого Технического Университета в Братиславе

Вазовова 5, 812 43 Братислава

Tel.: +421/905 410 952,

e-mail: irina.bondareva@stuba.sk

доцент Д. Б. Шальмиева , к.т.н.,

кафедра экономики и менеджмента,

Московский государственный университет дизайна и технологии (МГУДТ)

Москва, ул. Садовническая, д. 33

Тел.:+7(925)507-84-73,

e-mail: Diana_sh@inbox.ru

Reviewers:

doc. Ing. Valentina Iljina, CSc.

doc. Ing. Alexej Antonov, CSc.

DIVERZIFIKÁCIA SLOVENSKÝCH ŠTÁTNYCH DLHOPISOV

DIVERSIFICATION OF THE SLOVAK GOVERNMENT BONDS

Veronika Jánošová

Abstract The debt of Slovakia increased in 2013 to 55,4 % of GDP. Financing of the debt is realized through the loans, treasury bonds and mainly by the government bonds. The Debt and Liquidity Management Agency diversifies risk of the government bonds through the emission of the securities on the European and non- European market. The objective of the state bonds diversification is to reduce the risk and extend the financial market, because the financial capacity of the domestic market is limited. Due to the higher rating of Slovak economic is the high interest in the buying government bonds. Profitability of the government bonds gradually decrease because is determined by increase of the base interest rate. In 2013 was the average maturity of a bond 6,5 years and the duration 5,6 years. Repurchase buying of the bonds of 1.5 mld. € before their maturity brings reducing of the credit risk and improving of the maturity condition of the big benchmark emission of the government bonds.

Keywords: deficit of public administration, national debt, government bonds, treasury bonds

JEL Classification: H63

ÚVOD

Schodok verejnej správy podľa jednotnej európskej metodiky dosiahol v roku 2013 úroveň 2,77 % hrubého domáceho produktu (HDP). Bol nižší oproti rozpočtovanej hodnote na rok 2013 o 0,17 % HDP a oproti roku 2012 bol nižší o 1,71 % HDP. Slovensko znížením schodku verejnej správy pod 3 % HDP v predpísanom termíne splnilo hlavnú podmienku ukončenia procedúry nadmerného deficitu v rámci európskych fiškálnych pravidiel.

V rámci eurozóny dosiahlo vlni osem krajín vyšší schodok a 14 krajín vyšší dlh verejnej správy ako Slovenská republika. Zníženie deficitu sa podľa záverečného účtu podarilo dosiahnuť napriek horšiemu ekonomickému vývoju oproti vývoju predpokladanému v rozpočte. Rozpočet počítal s ekonomickým rastom na úrovni 2,1 %, ale ekonomika rástla len tempom 0,9 %. Z tohto dôvodu boli v priebehu roka 2013 prijaté opatrenia s cieľom udržania schodku pod 3 % HDP.

Dlh verejnej správy podľa európskej metodiky (Medved', J. - Nemec, J. a kol., 2011) bol ku koncu minulého roka na úrovni 55,4 % HDP. Dlh verejnej správy sa tak medziročne zvýšil o 2,8 % HDP. Hlavnými faktormi nárastu dlhu bol hotovostný schodok štátneho rozpočtu vo výške 2,8 % HDP, nárast záväzkov Slovenskej republiky vyplývajúcich z účasti na záchranných finančných mechanizmoch eurozóny vo výške 0,9 % HDP a presmerovanie časti dlhu novovytvorenej Agentúry pre núdzové zásoby ropy vo výške 0,6 % HDP. Naopak, k poklesu verejného dlhu prispelo zníženie hotovostnej rezervy v rámci systému štátnej pokladnice o 0,6 % HDP. Rast nominálneho HDP prispel k medziročnému zníženiu podielu dlhu na HDP o 0,8 percentuálneho bodu.

Po rozdelení Československa sme zdedili 1/3 dlhu. Od roku 1993 výška dlhu postupne rástla. Na rast dlhu mala vplyv stabilizácia slovenskej koruny, reštrukturalizácia bankového sektoru, realizácia záložného práva za zahraničné úvery a od roku 2009 finančná a hospodárska kríza. Deficit verejnej správy a štátny dlh Slovenska sú vysoké, ale krajiny Európskej únie sa priemerne boria s vyšším deficitom a dlhom v porovnaní s HDP.

Ardal (Agentúra na riadenie dlhu a likvidity) od roku 2004 organizuje splácanie štátneho dlhu, vydáva štátne cenné papier a realizuje obchody s nimi, vykonáva výplatu menovitých hodnôt a výnosov štátnych cenných papierov, realizuje finančné operácie s investičnými nástrojmi súvisiacimi s riadením štátneho dlhu, vrátane finančných derivátov spojených s riadením rizík štátneho dlhu a likvidity. Na krytie dlhu emituje štátne dlhopisy, štátne pokladničné poukážky alebo čerpá vládne úvery. Štátne dlhopisy sú cenné papiere, s ktorými je spojené právo majiteľa požadovať splácanie dlžnej sumy v menovitej hodnote a vyplácanie výnosov z nej k určitému dátumu a povinnosť osoby oprávnenej vydávať dlhopisy tieto záväzky plniť (Hrvoľová, B., 2009).

Kým v 90-tych rokoch sa na krytie štátneho dlhu využívali úvery a menej sa emitovali krátkodobé štátne poukážky a štátne dlhopisy, v súčasnosti sa najčastejšie používa emisia štátnych dlhopisov, menej sa používajú štátne pokladničné poukážky a len mimoriadne sa čerpá úver. Napriek riziku dlhodobu nízkych úrokových mier a nárastu kreditných prirážok na štátne dlhopisy patria dlhopisy emitované Ardalom medzi obľúbené investičné nástroje.

Cieľom článku je analýza slovenských štátnych dlhopisov z hľadiska vlastníctva, investorskej základne a doby splatnosti. Okrem metódy analýzy bola použitá aj metóda komparácie rôznych spôsobov financovania štátneho dlhu, vlastníctva štátnych cenných papierov a porovnanie investorov štátnych dlhopisov obchodovaných na zahraničných trhoch. Na základe predchádzajúcich metód bolo dedukované, že sa zmenili spôsoby financovania štátneho dlhu Slovenska.

1 DIVERZIFIKÁCIA VLASTNÍCTVA ŠTÁTNYCH CENNÝCH PAPIEROV

S rastom ratingu Slovenskej republiky rastie počet štátnych dlhopisov a štátnych pokladničných poukázok vo vlastníctve zahraničných investorov. Emitovať štátne cenné papiere na európskych trhoch alebo mimo nich, si vyžaduje obmedzená finančná kapacita domáceho trhu.

Tabuľka 1: Podiel rezidentov a nerezidentov na vlastníctve štátnych cenných papierov registrovaných v CDCP, a.s. a kótovaných na BCPB, a. s. Údaje sú v percentách.

Dátum	31.12.2009	31.12.2010	31.12.2011	31.12.2012	31.12.2013
Štátne dlhopisy	100	100	100	100	100
Rezidenti	90,2	78,9	74,8	70,1	50,0
- banky	63,0	47,7	45,9	44,3	37,5
-právnické soby	26,8	31,0	27,8	25,6	13,0
Fyzické osoby	0,4	0,3	0,2	2,2	0,1
Nerezidenti	9,8	21,1	25,2	29,9	49,4
Štátne PP	100	100	100	100	100
Rezidenti	100	89,9	84,4	65,5	87,0
- banky	NA	NA	28,1	39,5	87,0
- Právnické osoby	NA	NA	56,3	26,0	0,00
- Fyzické osoby	NA	NA	0,0	0,0	0,0
Nerezidenti	0,0	10,1	15,6	34,5	13,0

Zdroj: Ardal

Minulý rok potvrdil, že slovenský dlh je atraktívny aj pre zahraničných investorov. Takmer polovica štátnych dlhopisov bola na konci minulého roka vo vlastníctve zahraničných investorov (49,4 %). Druhú polovicu si rozdelili slovenské banky (37,5 %), právnické osoby (13,0) a fyzické osoby (0,1%). Podiel fyzických osôb, ktoré vlastnia slovenské štátne dlhopisy je mizivý. O emisii štátnych dlhopisov pre verejnosť sa u nás hovorilo viackrát, ale zatiaľ sa nevyužíva. Napriek tomu, že emisie bývajú aj v menších menovitých hodnotách vhodných pre drobných investorov, poplatky za nákup a burzové poplatky odčerpávajú

značnú časť výnosu. V Česku emisia retailových bondov dopadla nadmieru úspešne a nakupovať štátne dlhopisy môžu Rakúšania i Nemci.



Graf 1: Podiel nerezidentov, bánk, právnických osôb, fyzických osôb na vlastníctve štátnych dlhopisov

Zdroj: vlastné spracovanie

Oproti roku 2009 podiel nerezidentov vlastniacich slovenské dlhopisy vzrástol päťnásobne. Zahraniční investori však vlastnia aj prevažnú časť slovenských dlhopisov obchodovaných v zahraničí. Celkový podiel našich dlhopisov vlastnených nerezidentmi je preto ešte o niečo vyšší a odhadujeme ho na úrovni až do 60 %. V prípade slovenských pokladničných poukážok sa naopak podiel nerezidentov znížil z 34,5 % na konci roka 2012 na 13,0 % k záveru roka 2013. Väčšinu štátnych pokladničných poukážok (87 %) v minulom roku skúpili slovenské banky. Neustále rastie dôvera zahraničných investorov, ktorí uprednostňujú ukladanie svojich voľných zdrojov do cenných papierov s dlhšou dobou splatnosti.

2 DIVERZIFIKÁCIA INVESTORSKEJ ZÁKLADNE PRI EMISII ŠTÁTNYCH DLHOPISOV

Portfólio slovenských štátnych dlhopisov je zložené z dlhopisov obchodovaných na domácom trhu a z dlhopisov obchodovaných na zahraničnom trhu. Cieľom tohto portfólia je diverzifikácia podľa regiónu a podľa meny. Kapacita domáceho finančného trhu je obmedzená a Slovenská republika musí umiestňovať štátne dlhopisy v zahraničí.

V portfóliu štátnych dlhopisov obchodovateľných na domácom trhu bolo k 31.12.2013 pätnásť emisií v celkovej hodnote 27 713 342 364 €. Výnos týchto cenných papierov sa pohybuje v rozpätí 1,5-5,3 % p.a. so splatnosťou 5 - 20 rokov. Súčasťou tohto portfólia je i jedna emisia dlhopisov v českých korunách v menovitej hodnote 12 500 000 000 CZK, so splatnosťou 3,5 roka a výnosnosťou 6M PRIBOR + 1,5 % p.a..

Portfólio štátnych dlhopisov obchodovaných v zahraničí sa z roka na roka rozrastá. Ku koncu predchádzajúceho roka v ňom bolo 11 nasledujúcich emisií:

Tabuľka 2: portfólio štátnych dlhopisov obchodovaných na zahraničnom trhu k 31.12.2013

Označenie emisie	ISIN	Dátum emisie	Dátum splatnosti	Pôvodná splatnosť v rokoch	Menovitá hodnota celej emisie	Výnos v % p.a	Emisná cena
Euro 2006	XS0249239830	27.03.2006	26.03.2021	15	1 000 000 000	4,000%	99,49
Euro 2007	XS0299989813	15.05.2007	15.05.2017	10	1 000 000 000	4,375%	99,35
Euro 2015	XS 0430015742	21.05.2009	21.01.2015	5,67	2 000 000 000	4,375%	99,387
CHF 2018	CH0181379774	25.04.2012	25.04.2018	6	325 000 000	2,125%	100,084
CHF 2022	CH0181915585	25.04.2012	25.04.2022	10	100 000 000	2,750%	99,586
CHF 2022	CH0181915585	18.06.2012	25.04.2022	10	75 000 000	2,750%	100,126
CHF 2019	CH0206594498	16.04.2013	16.10.2019	6,5	400 000 000	1,375%	99,702
CHF 2023	CH0206594506	16.04.2013	16.10.2023	10,5	175 000 000	2,125%	99,736
USD 2022	XS 0782720402	21.05.2012	21.05.2022	10	1 500 000 000	4,375%	99,082
JPY 2016	JP570300AD69	25.06.2013	24.06.2016	3	25 800 000 000	0,720%	100,00
JPY 2018	JP570300BD68	25.06.2013	25.06.2018	5	4 200 000 000	0,990%	100,00

Zdroj: Správa o činnosti ARDAL za rok 2013

V roku 2006 vydal Ardal (Medved', J.- Nemec, J. a kol., 2011) jednu plánovanú emisiu dlhopisov v zahraničí. Štátne dlhopisy boli v nominálnej hodnote 1 mld. €, so splatnosťou 15 rokov a s pevnou kupónovou sadzbou 4 % p.a.

Agentúra na riadenie dlhu a likvidity v nasledujúcom roku úspešne emitovala eurobond na európskom trhu. Dlhopis má splatnosť 10 rokov, nominálna hodnota je 1 mld.€ a pevná kupónová sadzba 4,375 % p.a.. Dlhopisy boli predané bez rizikovej prirážky voči trhovej úrokovej miere. Dopyt po emisii dosiahol viac ako 4 mld.€. Investori boli predovšetkým z Francúzska 18 %, krajín Beneluxu 16 %, Irska 6 % a Fínska 5 %. Emisiu s Ardalom aranžovali banky Morgan Stanley a Societé Générale.

Po neemitovaní dlhopisu na zahraničnom kapitálovom trhu v roku 2008, ktoré bolo spôsobené najmä krízou na finančných trhoch, bol v roku 2009 vydaný nový slovenský Eurobond. Vydanie benchmarkovej emisie na európskom trhu sa uskutočnilo veľmi rýchlo. Záujemcovia boli pevne rozhodnutí o kúpe štátneho dlhopisu, portfólio investorov bolo stabilné a zdravé.

Z tohto dôvodu bolo rozhodnuté stanoviť cenu priaznivejšie pre emitenta, to znamená na spodnej hranici marže voči európskej referenčnej sadzbe. Slovenská republika úspešne upísala na európskom dlhopisovom trhu 5 ročný dlhopis so splatnosťou predĺženou do roku 2015, v celkovej hodnote 2 mld. EUR. Marža oproti referenčným dlhopisom Nemecka dosiahla úroveň 1,898 % p. a. a ročná úroková úroveň 4,5 % p.a..

Úspech emisie tiež potvrdzuje aj stabilné obchodovanie na sekundárnom trhu na úrovni približne 1,6 % p.a. nad referenčnou sadzbou. Výborne diverzifikovanú distribúciu dokazuje geografická a investorská alokácia. Najväčší záujem o dlhopisy bol tradične z nemecky hovoriacich krajín (Nemecko, Rakúsko), ktoré upísali spolu 40% emisie, z Francúzska a Veľkej Británie s podielmi 20% a 13%. Emisia bola atraktívna najmä pre banky (43%) a investičné fondy (40%). Transakcia sa stala najväčšou slovenskou finančnou operáciou na európskom dlhopisovom trhu v histórii a s výnimkou privatizácie majetku SR, aj najväčšou finančnou operáciou vôbec. Išlo o prvú benchmarkovú emisiu Slovenska po vstupe do eurozóny. Úspešnosť emisie výrazne podporil dobrý rating Slovenskej republiky a najmä celkový ekonomický pokrok Slovenska v uplynulých desiatich rokoch. V nasledujúcich

dvoch rokoch neboli emitované dlhopisy určené pre zahraničné trhy z dôvodu finančnej a hospodárskej krízy.

Vážnejšie problémy s prefinancovaním dlhu sa prejavili až posledný štvrťrok 2011, keď situáciu v eurozóne negatívne ovplyvnila predovšetkým neschopnosť Grécka splácať svoje záväzky. Tlak na výnosy bol v tomto období natoľko silný, že ovplyvnil aj jadrovú časť dlhopisového trhu eurozóny. Navyše v slovenských podmienkach bol rast dlhopisových výnosov podporovaný ešte informáciami o zavedení bankovej dane. Na vzniknutú situáciu agentúra ARDAL reagovala zrušením aukcií dlhopisov plánovaných v emisnom kalendári do konca roka 2011. Chýbajúce zdroje sa rozhodla nahradiť finančnými prostriedkami získanými operatívnymi emisiami pokladničných poukázok s dobou splatnosti prevažne 3 mesiace.

V roku 2012 sa opäť podarilo vo väčšej miere osloviť zahraničných investorov, nakoľko sa nám podarilo predat' dlhopisy v nominálnej hodnote 4 263,81 mil.€. Agentúra zrealizovala dva štandardné predaje denominované v celkovej nominálnej hodnote 2 250 mil.€ s 5 a 12 ročnou splatnosťou. V rámci diverzifikácie investorskej základne sa zrealizoval predaj dlhopisov v českej mene za 500 mil.€ na 3,5 roka, vo švajčiarskom franku za 416 mil.€ na 6 a 10 rokov a v americkom doláre za 1 160 mil.€ pri splatnosti 10 rokov. K uvedeným trom emisiám bol uzatvorený menovo-úrokový swap s rovnakou splatnosťou ako jednotlivé dlhopisy a vytvorili sa dlhopisy denominované v mene EUR.

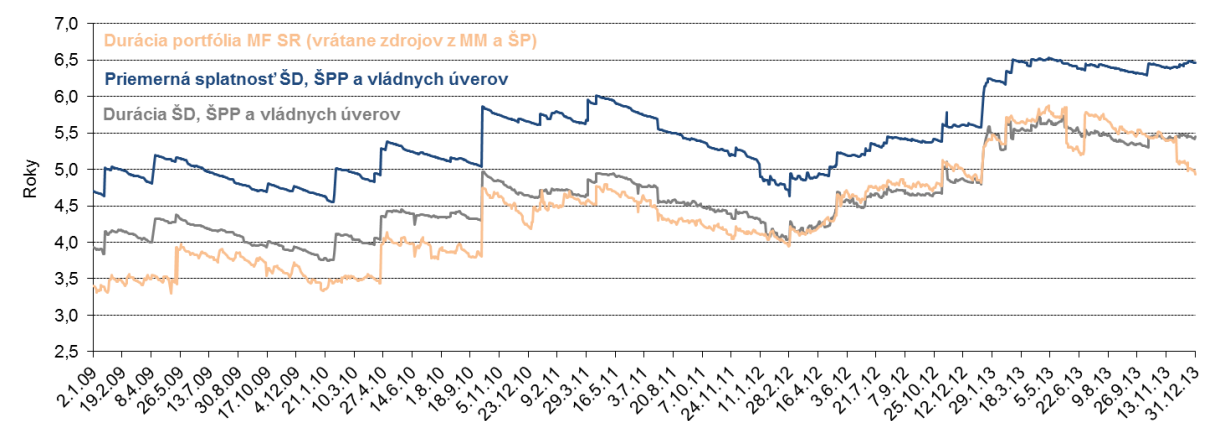
Priaznivé podmienky využila ARDAL opäť aj na predaj dlhopisov na zahraničných trhoch. V roku 2013 Slovensko v zahraničí predalo dlhopisy denominované vo švajčiarskych frankoch a japonských jenoch. Dlhopisy vydávané v zahraničí sa na rozdiel od domácich emisií neriadia slovenským právom a nie sú ani evidované v našom Centrálnom depozitári cenných papierov. No rovnako, ako môžu dlhopisy emitované na slovenskom trhu nakúpiť zahraniční investori, môžu slovenskí investori prejaviť záujem o dlhopisy vydané v zahraničí.

Počas uplynulého roka uskutočnila slovenská Agentúra pre riadenie dlhu a likvidity viac než 20 aukcií štátnych dlhopisov, prostredníctvom ktorých si Slovensko na trhu požičalo 7,3 mld. EUR. Vzhľadom na nízku základnú úrokovú sadzbu, aj v roku 2013 sa Slovensko dokázalo na trhu financovať relatívne lacno. Za nízkymi úrokovými sadzbami na trhu stojí najmä mimoriadne voľná menová politika centrálnych bánk. Európska centrálna banka [ECB] pristúpila v roku 2013 k dvom zníženiam svojej základnej úrokovej sadzby na aktuálnych 0,25 %. Reagovala tak na stagnujúcu ekonomiku eurozóny, ale aj dlhodobé udržiavanie inflácie okolo úrovne 2 %.

Dôvodom vydávania dlhopisov na medzinárodných trhoch a v cudzích menách sú predovšetkým snahy o diverzifikáciu portfólia investorov z typového, menového i regionálneho hľadiska.

3 DIVERZIFIKÁCIA SLOVENSKEHO DLHU PODĽA SPLATNOSTI

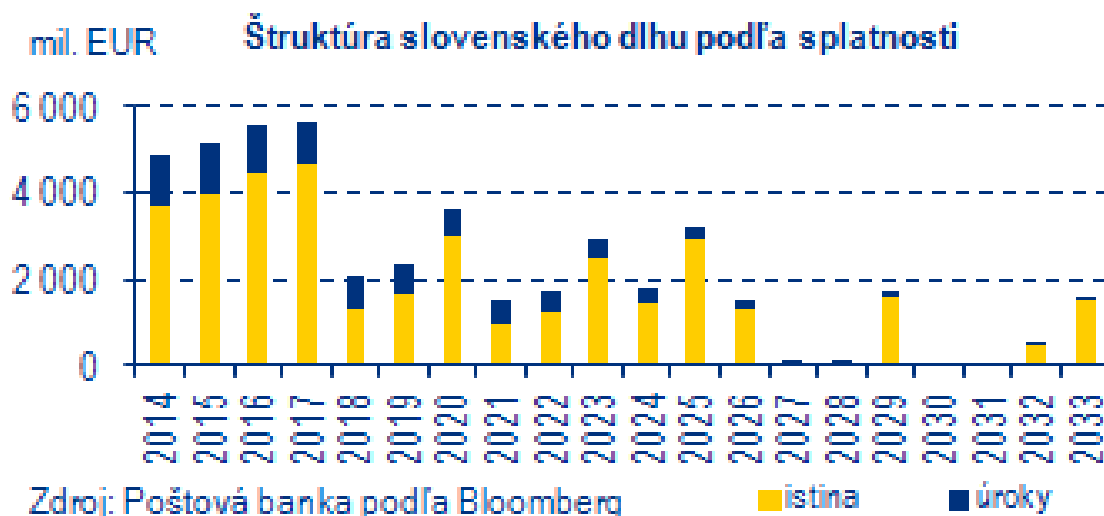
V roku 2013 sa pri financovaní dlhu využívali dlhopisy s dlhšou dobou splatnosti a v dôsledku toho priemerná úroková sadzba portfólia mierne vzrástla na 3,60 % p.a.. Plánované úrokové sadzby poklesli, nakoľko štátne dlhopisy sa predávali s nižšími nákladmi ako sa predpokladalo. Hodnoty durácie (5,6 roka) (Hrvoľová, B., 2009) a priemernej splatnosti (6,5 roka) sa pohybovali na hornej hranici, čo z hľadiska rizika boli dosiaľ najlepšie dosiahnuté hodnoty. Štandardné financovanie a udržiavanie hotovostných rezerv na úrovni približne 12 % úverového portfólia prinieslo v roku 2013 predčasné splatenie dlhu vo výške 1,5 mld.€ a zmenšenie kreditného rizika.



Graf 2: Vývoj durácie a priemernej splatnosti

Zdroj: Správa o činnosti ARDAL za rok 2013

Prostriedky, ktoré si Slovensko od investorov požičia, musí samozrejme neskôr vrátiť aj s úrokmi. Aktuálna skladba slovenského dlhu ukazuje, že rovná polovica nášho celkového dlhu je splatná v horizonte najbližších 4 rokov, do roku 2017. Od roku 2018 do roku 2026 sa výška dlhu pohybuje od 1 do 3 mld. €. Nakoľko sa emitujú štátne dlhopisy so splatnosťou až 20 rokov, súčasný štátny dlh sa bude splácať až do roku 2033.



ZÁVER

Slovensko dosiahlo v minulom roku deficit verejnej správy k hrubému domácejmu produktu pod 3 % a kumulovaný dlh vo výške 55, 4 %. Splnilo tak maachstriské kritéria. Obsluhu dlhu na Slovensku od roku 2004 realizuje Agentúra na riadenie dlhu a likvidity. Dlh sa na začiatku 90-tych rokov kryl prevažne úvermi a menej emitovanými dlhopismi. V súčasnosti je situácia opačná. Úvery sa na financovanie dlhu používajú len výnimočne a rozhodujúca je emisia dlhopisov a menej štátnych pokladničných poukázok. V roku 2009 predstavovali emisie štátnych dlhopisov umiestnené na zahraničných trhoch necelých 10 %, na konci minulého roka vzrástol tento počet takmer na polovicu. Tento fakt súvisí so stabilizáciou slovenského hospodárstva a lepším ratingom slovenskej ekonomiky. Od roku 2004 Ardal úspešne emituje

štátne obligácie v krajinách európskej únie ako i mimo európsky priestor. Dôvodom tejto expanzie je obmedzená kapacita slovenského finančného trhu. V portfóliu štátnych dlhopisov emitovaných na zahraničných trhoch je jedenásť emisií. Okrem eura boli dlhopisy emitované v amerických dolároch, švajčiarskych frankoch a japonských jenoch. V roku 2013 sa pri financovaní dlhu využívali dlhopisy s dlhšou dobou splatnosti a v dôsledku toho priemerná úroková sadzba portfólia mierne vzrástla. Hodnoty durácie (5,6 roka) a priemernej splatnosti (6,5roka) sa pohybovali na hornej hranici, čo z hľadiska rizika boli dosiaľ najlepšie dosiahnuté výsledky. Štandardné financovanie a udržiavanie hotovostných rezerv na úrovni 12 % úverového portfólia umožnilo v roku 2013 predčasné splatenie dlhu vo výške 1,5 mld € a zníženie kreditného rizika.

Aj v tomto roku pokračuje diverzifikácia investorskej základne pri emisii dlhopisov, nakoľko sa Slovenskej republike prostredníctvom agentúry na riadenie dlhu a likvidity podarilo umiestniť tri emisie dlhopisov. Začiatkom tohto roka bol vydaný dvadsaťročný dlhopis v menovitej hodnote 500 mil. € s kupónovým výnosom 3,69 % p.a. a dva desať a dvanásťročné dlhopisy v menovitej hodnote 1 150,0 mil. NOK(nórska koruna) a 2 250,0 mil. NOK s úrokovým výnosom 4,0 % p.a. a 4,2 % p.a..

LITERATÚRA

- Hrvoľová, B., 2009: Analýza finančných trhov, Sprint , 2009, ISBN 80-89085-59-8
- Medveď, J. – Nemec, J. a kol., 2011: Verejné financie, Sprint dva, 2011, ISBN 978-80-89393-46-6
- Peková, J. – Pilný, J. – Jetmar, M., 2005: Veřejná správa a finance veřejného sektoru, API, a.s., 2005, ISBN 80-7357-052-1
- Sivák, R. a kol., 2007: Verejné financie, Iura Edition, spol.s.r.o., 2007, ISBN 978-80-8078-094-4
- Stratégia riadenia štátneho dlhu pre roky 2010 až 2014, [online, cit. 02.10.2014]. Dostupné na: https://www.ardal.sk/_img/Documents/O%20nás/Strategia%20riadenia%20dlhu/Strategia%20riadenia%20dlhu%202011_2014.pdf
- Výročná správa o činnosti ARDAL za rok 2013, [online, cit. 14.10.2014]. Dostupné na: https://www.ardal.sk/_img/Documents/print/VS2013web.pdf
- Výročná správa o činnosti ARDAL za rok 2012, [online, cit. 06.10.2014]. Dostupné na: https://www.ardal.sk/_img/Documents/O%20nás/Sprava%20o%20cinnosti%20ARDAL/Sprava%20ARDAL%20za%20rok%202012.pdf
- Výročná správa o činnosti ARDAL za rok 2011, [online, cit. 02.10.2014]. Dostupné na: https://www.ardal.sk/_img/Documents/O%20nás/Sprava%20o%20cinnosti%20ARDAL/Sprava%20ARDAL%20za%20rok%202011.pdf

Autor:

Ing. Veronika Jánošová, CSc.

Katedra podnikových financií – Fakulta podnikového manažmentu

Ekonomická univerzita

Dolnozemska 1, 851 04 Bratislava 5

Tel.: 0905973155

e-mail: janosova@euba.sk

Recenzenti:

doc. Ing. Monika Zatrochová, PhD.

doc. Ing. Jana Kajanová, PhD.

ИМИТАЦИЯ ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МЕТОДА МОНТЕ – КАРЛО НА ПРИМЕРЕ САЛОНА ОБУВИ KAPRICCI

IMITATION OF SERVICE OF BUYERS WITH USE OF THE METHOD OF MONTE – CARLO ON THE EXAMPLE OF SALON OF THE KAPRICCI FOOTWEAR

Кирбьякова Марина Александровна – Юдина Ирина Сергеевна

Abstract Importance of system of service of buyers as element of a commodity stream which is included into the organization *моргово – tekhnologicheky* process is reflected in the article "Imitation of Service of Buyers with Use of a Method of Monte — Carlo on the example of Salon of the Kapricci Footwear". Efficiency of interrelations of this difficult complex influences efficiency of the enterprise in general. The model of system of service of buyers with one two channels of distribution is constructed.

Article purpose to create productive model of service of buyers with application of imititsionny modeling

Methodologies/methods desk research, imitating modeling

Scientific aim Effective planning and organization of service of buyers.

Findings The model of service of buyers of salon of the Kapricci footwear taking into account attendance of salon is offered.

Conclusions (limits, values, etc.) The most important way of increase of efficiency of activity of trade enterprise is introduction of the most optimum system of service of buyers considering the standards of service approved by the company.

Keywords: trade and technological process, commodity stream, system of mass service, service process, the channel of service, imitating modeling, Monte's method – Carlo

JEL Classification: C63, F17, M31

ВВЕДЕНИЕ

Направленность рыночной экономики на более полное удовлетворение потребностей покупателей, ориентация производства на достижение наилучших конечных результатов обусловили необходимость повышения эффективности торговли, как отрасли, значение которой постоянно возрастает.

Торгово-технологический процесс в розничных торговых предприятиях представляет собой комплекс взаимосвязанных торговых (коммерческих) и технологических операций и являющихся завершающей стадией всего торгово-технологического процесса товароведения.

Структура торгово-технологического процесса, последовательность выполнения различных операций зависят от степени хозяйственной самостоятельности салона, применяемого метода продажи товаров, типа, размера магазина и других факторов.

В основу организации торгово-технологических процессов положены товарные потоки, в отличие от логистики, которая, кроме того, оптимизирует финансовые и информационные потоки и затрагивает несколько звеньев процесса товародвижения.

Под *товарным потоком* в салоне понимается движение товаров от момента их поступления в салон до вручения проданного товара конечному потребителю (<http://www.5rik.ru/better/article-118352.htm>, 29.09.2014, 21:54).

Поэтому наиболее ответственную часть торгово-технологического процесса в салоне составляют операции непосредственного обслуживания покупателей.

К стандартным операциям обслуживания покупателей можно отнести:

- встреча покупателя;
- предложение товаров;
- отбор товаров покупателями;
- расчет за отобранные товары;
- оказание покупателям дополнительных услуг, возможны и другие варианты обслуживания покупателей, как правило, каждая компания устанавливает свои стандарты.

На этой стадии торгово-технологического процесса между покупателями и персоналом салона возникают межличностные психологические контакты, которые отражают сложные экономические отношения, связанные с куплей-продажей товаров. В связи с этим, в салоне желательно создать все условия для беспрепятственного ознакомления покупателя с предлагаемым ассортиментом товаров, для удобной отборки им товаров и т.д., что создаст благоприятную атмосферу для совершения покупки.

Функционирование салона обуви как системы, а также конкретно операция по обслуживанию покупателей относятся к *системе массового обслуживания* (далее – СМО).

СМО – это система, предназначенная для многоразового использования при решении однотипных задач, а возникающие при этом процессы получили название *процессы обслуживания*. Примерами таких систем являются телефонные системы, ремонтные мастерские, вычислительные комплексы, билетные кассы, магазины, парикмахерские и т.п.

Каждая СМО состоит из определенного числа обслуживающих единиц (приборов, устройств, пунктов, станций), которые называют *каналами обслуживания*. Каналами могут быть линии связи, рабочие точки, вычислительные машины, продавцы и др. По числу каналов СМО подразделяют на одноканальные и многоканальные. На вход в СМО поступает поток требований на обслуживание. Такими требованиями могут быть: поломки в оборудовании, готовые к упаковке изделия, телефонные вызовы,

прибывающие в аэропорт самолеты, так же могут выступать в качестве требований клиенты и пациенты. Требования (заявки) поступают в СМО не регулярно, а случайно, образуя случайный поток требований. Обслуживание заявок продолжается какое – то случайное время. Такой случайный характер потока заявок и времени обслуживания приводит к тому, что СМО оказывается загруженной неравномерно. Образуются периоды времени, когда скапливается большое количество заявок, тогда они либо становятся в очередь, либо покидают СМО необслуженными. А в другие периоды система работает с недогрузкой или простаивает.

Предметом теории массового обслуживания является построение моделей, связывающих заданные условия работы СМО (число каналов, их производительность, характер потока заявок и т.п.) с показателем эффективности СМО, описывающими ее способность справляться с потоком заявок (<http://www.twirpx.com/file/683235>, 30.09.2014, 20:59).

Технику оценки параметров выходной (зависимой) переменной модели, когда несколько или все её входные (независимые) переменные точно не определены представляет собой *имитационное моделирование*.

1 ИМИТАЦИЯ ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ НА ОСНОВЕ МЕТОДА МОНТЕ – КАРЛО

Разновидностью имитационного моделирования является метод Монте-Карло. Он представляет собой численные методы решения математических задач при помощи моделирования случайных величин. Название «Монте-Карло» произошло от города «Монте-Карло», известного своими казино, т.к. простейшим прибором для генерирования случайных чисел служит игральная рулетка.

Статистические испытания по методу Монте-Карло представляют собой простейшее имитационное моделирование при полном отсутствии каких-либо правил поведения.

Прибегать имитационному моделированию системы обслуживания покупателей можно в случаях планирования открытия новой торговой точки или же при неэффективности существующей системы, которую необходимо скорректировать. Построим модель системы обслуживания салона обуви «Карписси». Модель одноканальной однофазной системы и многоканальной системы с ожиданием строилась с помощью программного комплекса систем моделирования общего назначения, который позволяет решать задачи теории систем массового обслуживания.

Для того чтобы построить модель имитационного моделирования нужно произвести расчет посещаемости салона обуви, результаты представлены в табл. 1. Если уже существует сеть салонов и необходимо открыть новую торговую точку, то примерную посещаемость можно рассчитать исходя из уже существующих точек, с учетом, что это отдельно стоящее здание или же торговая точка, расположена в торговом центре, где больше посещаемость за день. В различные сезоны посещаемость разная, что так же необходимо учесть при расчете. В табл. 1 и на рис. 1 показано, что перед наступлением нового сезона посещаемость салона обуви увеличивается.

Начало сезона для обуви:

- зимний сезон начинается с 1 ноября;
- весенний – с 1 апреля;
- летний – с 1 июня;
- осенний – с 1 сентября (Закон "О защите прав потребителей с изменениями от 18. 07. 2011 (п. 2 ст. 19)).

Таблица 1: Посещаемость салона обуви за 4 месяца 2014 года

№ п/п	Месяц	Количество человек
1	2	3
1	Январь	3 212
2	Февраль	3 185
3	Март	4 884
4	Апрель	4 536

Источник информации: таблица составлена авторами по данным информационно – аналитической системы RStatView 3.0. салона обуви в г. Москва

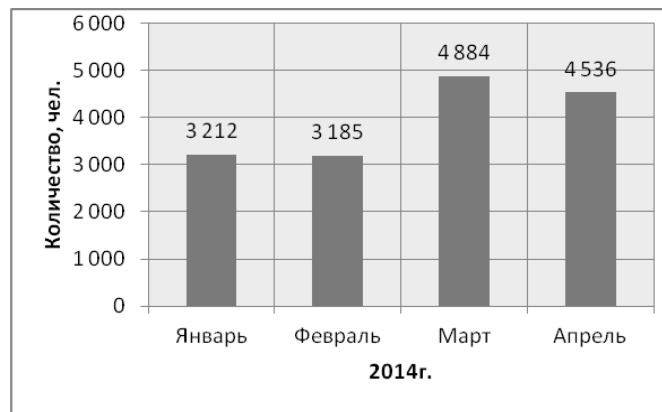


Рис 1: Посещаемость салона обуви.

Источник информации: построен авторами по данным табл. 1.

Следующим шагом будет расчет средней посещаемости салона в час. В табл. 2 представлен отчет по посещаемости салона обуви «Каргіссі».

Таблица 2: Отчет по посещаемости салона обуви

№ п/п	Время	Дата					
		1.04.14	02.04.14	03.04.14	04.04.14	05.04.14	06.04.14
1	2	3	4	5	6	7	8
1	10 ⁰⁰	2	6	4	9	6	8
2	11 ⁰⁰	4	7	5	9	11	9
3	12 ⁰⁰	2	11	4	13	10	15
4	13 ⁰⁰	8	7	8	6	14	20
5	14 ⁰⁰	6	10	16	8	21	13
6	15 ⁰⁰	7	14	7	13	17	24
7	16 ⁰⁰	15	10	10	13	19	14
8	17 ⁰⁰	8	15	10	18	20	23
9	18 ⁰⁰	6	8	12	7	10	6
10	19 ⁰⁰	14	9	12	6	11	9
11	20 ⁰⁰	3	11	13	1	7	15
12	21 ⁰⁰	4	7	8	6	3	3
13	22 ⁰⁰	0	0	0	0	0	0
14	Итого:	79	115	109	109	149	159
15	Средняя посещаемость в час, чел.				10		

Источник информации: таблица составлена авторами по данным информационно – аналитической системы RStatView 3.0. салона обуви в г. Москва.

При изучении одноканальной однофазной системы было установлено:

В салон обуви с одним продавцом приходят покупатели с интенсивностью $\lambda = 10$ человек в час (табл. 2), время обслуживания одного покупателя составляет 7 минут, в обоих случаях предполагается простейший поток вероятностного распределения. Построим модель данной системы и найдем основные ее параметры: среднее время ожидания в очереди, среднее время обслуживания, коэффициент загрузки продавца за двенадцатичасовой часовой рабочий день. За единицу времени примем одну минуту. Среднее время прихода покупателей в магазин $t = 60/10 = 6$ мин. Эти данные достаточны для построения модели. После чего запускаем полученную модель, затем выводится окно, в котором представлены результаты моделирования (табл. 3.).

Таблица 3: Результаты моделирования одноканальной однофазной системе

START TIME	END TIME	BLOCKS	FACILITIES	STORAGES
0.000	480.000	9	1	0

NAME	VALUE
QUEUE_CUST	10000.000
SALE	10001.000

LABEL	LOC	BLOCK TYPE	ENTRY COUNT	CURRENT COUNT	RETRY
	1	GENERATE	89	0	0
	2	QUEUE	89	29	0
	3	SEIZE	60	0	0
	4	DEPART	60	0	0
	5	ADVANCE	60	1	0
	6	RELEASE	59	0	0
	7	TERMINATE	59	0	0
	8	GENERATE	1	0	0
	9	TERMINATE	1	0	0

FACILITY	ENTRIES	UTIL.	AVE.TIME	AVAIL.	OWNER	PEND	INTER	RETRY	DELAY
SALE	60	0.991	7.928	1	61	0	0	0	29

QUEUE	MAX	CONT.	ENTRY	ENTRY (0)	AVE.CONT.	AVE.TIME	AVE.(-0)	RETRY
QUEUE_CUST	34	29	89	3	15.622	84.252	87.191	0

FEC	XN	FRI	3DT	ASSEM	CURRENT	NEXT	PARAMETER	VALUE
	61	0	481.404	61	5	6		
	91	0	505.875	91	0	1		
	92	0	960.000	92	0	8		

Источник информации: Результаты, полученные авторами.

Обозначения и интерпретация к результатам:

START TIME – модальное время начала моделирования;

END TIME – модальное время окончания моделирования;

BLOCKS– число блоков в модели;

FACILITIES– количество устройств в модели;

STORAGES– количество накопителей.

В данной модели начальное время равно 0, конечное время равно 480 единиц модального времени, число блоков в модели равно 9, число устройств 1, накопителей нет (используются для многоканальных устройств).

NAME – имя объекта модели

VALUE– значение объекта модели (для анализа результатов эта информация мало интересна).

BLOCK TYPE – блоки модели;

ENTRY COUNT – количество транзактов, прошедших через каждый блок (Гармаш А.Н., Орлова И.В., Концевая Н.В. и др., 2014).

В моделированной системе за 480 единиц модального времени через все блоки первой части модели прошло 60 транзактов, то есть 60 покупателей было обслужено за один день.

Информация о параметрах устройств и очередях указана в табл. 4.

Таблица 4: Информация о параметрах устройств и очередях

№ п/п	Параметр	Обозначение
1	2	3
Для устройств		
1	Номер или имя устройства	FACILITY
2	Число вошедших транзактов	ENTRIES
3	Коэффициент использования	UTIL
4	Среднее время пребывания транзакта в устройстве	AVE. TIME
Для очередей		
5	Номер или имя очереди	QUEUE
6	Максимальная длина очереди	MAX
7	Общее число входов	ENTRY
8	Средняя длина очереди	AVE. CONT.
9	Среднее время пребывания транзактов в очереди	AVE. TIME

Источник информации: Гармаш А.Н., Орлова И.В., Концевая Н.В. и др.

В результате моделирования работы салона обуви получили:

Число обслуженных покупателей = 60;

Коэффициент загрузки продавца = 0,991;

Среднее время обслуживания = 7,928 минуты;

Среднее время ожидания в очереди = 84,252 минут;

Средняя длина очереди = 15,662;

Максимальная длина очереди = 34.

В моделируемом салоне обуви покупатели в среднем стоят в очереди 84 мин, а обслуживаются — 8 мин.

Соответственно, такие показатели категорически недопустимы, поэтому в салоне обуви в смену будут работать 2 продавца – консультанта. Для этого используется многоканальное моделирование.

При составлении модели необходимо сразу указать количество каналов и дать имя многоканальному элементу для его идентификации в модели. Назовем элемент QUEUE_GUST, а продавца как SALE. После составления модели запускаем ее на выполнение (меню Command — Create Simulation) и получаем следующий результат в

окне REPORT (табл. 5).

Таблица 5: Результаты моделирования по многоканальной системе

START TIME	END TIME	BLOCKS	FACILITIES	STORAGES
0.000	480.000	9	1	0

NAME	VALUE
CUST	10000.000
QUEUE_CUST	10001.000

LABEL	LOC	BLOCK TYPE	ENTRY COUNT	CURRENT COUNT	RETRY
	1	GENERATE	79	0	0
	2	QUEUE	79	0	0
	3	ENTER	79	0	0
	4	DEPART	79	0	0
	5	ADVANCE	79	0	0
	6	LEAVE	79	0	0
	7	TERMINATE	79	0	0
	8	GENERATE	1	0	0
	9	TERMINATE	1	0	0

QUEUE	MAX	CONT.	ENTRY	ENTRY(0)	AVE.CONT.	AVE.TIME	AVE.(-0)	RETRY
QUEUE_CUST	10	0	79	29	1.610	9.785	15.460	0

STORAGE	CAP.	REM.	MIN.	MAX.	ENTRIES.	AVL.	AVE.C	UTIL.	RETRY	DELAY
CUST	2	2	0	2	79	1	1.214	0.607	0	0

FEC	XN	PRI	3DT	ASSEM	CURRENT	NEXT	PARAMETER	VALUE
	81	0	482.569	81	0	1		
	81	0	960.000	82	0	8		

Источник информации: Результаты, полученные авторами.

В отчете по моделированию показываются результаты работы каналов, где:

STORAGE — определяет имя или номер многоканального устройства.

CAP. — определяет емкость устройства, заданную оператором STORAGE.

ENTRIES — определяет количество входов за период моделирования.

AVE.C — определяет среднее значение занятой емкости за период моделирования.

UTIL. — определяет коэффициент использования устройств в каналах

В результате моделирования видно, что:

Число обслуженных клиентов за рабочий день = 79;

Среднее время ожидания обслуживания = 10 минут;

Средняя длина очереди = 2 человека;

Средняя загрузка работников салона в течение рабочего дня = 0,607.

Данная модель является наиболее эффективной и не противоречит стандартам обслуживания в сети салонов обуви «Karpicci».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Функционирование предприятия розничной торговли и выполнение основных функций по движению товаров и услуг до конечного потребителя обеспечивается циклическим выполнением ряда взаимосвязанных и последовательных технологических процессов при оптимальных затратах ресурсов и высокой культуре торгового обслуживания.

Было проведено имитационное моделирование с помощью метода Монте – Карло. Смоделированы две ситуации возможные в салоне обуви, одноканальная однофазная и многоканальная системы обслуживания. Результаты моделирования:

Оптимальное количество каналов обслуживания = 2;

Число обслуженных клиентов за рабочий день = 79;

Среднее время ожидания обслуживания = 10 минут;

Средняя длина очереди = 2 человека;

Средняя загрузка работников салона в течение рабочего дня = 0,607.

Данная методика моделирования каналов обслуживания может быть применена в различных системах массового обслуживания: в банковской сфере, торговле, АТС и др.

ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ИСТОЧНИКИ

Гармаш А.Н., Орлова И.В., Концевая Н.В. и др. Экономико-математические методы в примерах и задачах. Вузовский учебник, 2014г., 209–214 стр.

Закон "О защите прав потребителей с изменениями от 18. 07. 2011 (п. 2 ст. 19).

Юдина И.С. Магистерская диссертация на тему: «Стратегия развития дистрибьюторских сетей салонов обуви», Москва, 2014 год.

[9http://www.twirpx.com/file/683235](http://www.twirpx.com/file/683235), 30.09.2014, 20:59.

<http://www.5rik.ru/better/article-118352.htm>, 29.09.2014, 21:54.

Авторы:

Доц., к.э.н. М.А. Кирбякова

Магистр экономики И.С. Юдина

Московский государственный университет дизайна и технологии (МГУДТ)

Москва, ул. Садовническая, д. 33

Тел. (495) – 951–11–20

(909)– 626 –29–86

e-mail: mtilp-33@mail.ru

YudinaIS@social.mos.ru

Reviewers:

doc. Ing. Alexej Antonov, CSc.

doc. Ing. Irina Družinina, CSc.

ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ БЮДЖЕТНОЙ ДЕЦЕНТРАЛИЗАЦИИ В УКРАИНЕ

FEATURES AND PROSPECTS OF BUDGETARY DECENTRALIZATION IN UKRAINE

Татьяна Коляда

Abstract

Purpose of the article The aims of the article are opening of features, determination of prospects and development of practical recommendations for construction of effective model of budgetary decentralization in Ukraine in accordance with modern socio-political terms.

Methodology/methods To achieve the goal of article used a combination of methods: to uncover the essence of the phenomenon - the method of analysis and synthesis, to compare the international practice of budgeting - geographic comparative method; for strategic decision - making and visual presentation of research results in the form of tables - methods of synthesis and generalization, financial analysis.

Scientific aim The main aim is to identify the features of implementation of budgetary federalism's principles in the conditions of the unitary state.

Findings The of results of the research described in this article will assist the construction of effective model of budgetary decentralization in Ukraine, which will provide the decision of problem of tax potential determination for administrative-territorial unit and optimal volume of state functions which are expediently and economic effectively to delegate on a corresponding local level by permanent basis, transferring them in the own functions of local self-government authorities.

Conclusions (limits, implications etc.) The prospects of further researches in this direction are grounds of necessity of realization constitutional and administrative reforms in Ukraine with the aim of forming of effective mechanism of state administration, which will allow considerably to fix and promote efficiency of executive power, deepen her co-operating with local self-government authorities and to improve quality grant of public benefits and services.

Keywords: public finance, fiscal federalism, decentralization, government spending

JEL Classification: E62, H11, H53, H61, H77

ВВЕДЕНИЕ

Экономическая эффективность предоставления общественных благ и услуг в государстве непосредственно зависит от решения вопроса - на какой основе они будут предоставляться - централизованной или децентрализованной. Эта проблема приобретает особенную актуальность в условиях развития бюджетной системы Украины на демократических рыночных принципах, где акценты относительно предоставления общественных услуг смещены в сторону делегирования полномочий от органов центральной власти к органам местного самоуправления. Сегодня общемировой тенденцией в государственном строительстве является укрепление института местного самоуправления и усиление его влияния на социальные, экономические и политические процессы в обществе.

Известный немецкий ученый Ш. Бланкарт определяя аргументы в пользу децентрализации отмечал, что «Структура демократического государства должна способствовать максимальной реализации предпочтений и приоритетов граждан, которые проживают на ее территории. Учитывая это целесообразно исследовать, при каких условиях коллективные решения отвечают предпочтениям граждан: когда они принимаются на уровне огромного унитарного государства или в многочисленных небольших административно-территориальных единицах» (Бланкарт Ш., 2000).

1 СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ БЮДЖЕТНОЙ СИСТЕМЫ УКРАИНЫ

Современная бюджетная система Украины характеризуется высокой степенью централизации бюджетных ресурсов. Такая тенденция сохраняется в течение всех лет независимости Украины. Реформы, которые перманентно происходят в бюджетной сфере государства, не разрешают главную проблему - предоставление реальной самостоятельности местным бюджетам.

В этом контексте целесообразно исследовать динамику изменений формирования и расходования бюджетных средств на местном уровне и их долю в структуре Сводного бюджета Украины по уровням управления (Табл. 1).

Таблица № 1: Структура Сводного бюджета Украины по уровням управления за 2007-2013 годы, %

	1993*	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<i>Доходы</i>								
Государственный бюджет	52,1	51,3	53,9	50,7	49,3	54,5	49,4	50,1
Местные бюджеты	47,9	48,7	46,1	49,3	50,7	45,5	50,6	49,9
<i>Расходы</i>								
Государственный бюджет	60,6	57,3	59,0	58,6	59,8	57,2	55,1	56,9
Местные бюджеты	39,4	42,7	41,0	41,4	40,2	42,8	44,9	43,1

**Справочная информация*

Источник: рассчитано автором по данным Государственной казначейской службы Украины

В демократических правовых государствах органы местного самоуправления являются составляющей системы организации государственной власти в стране, а их компетенция (объем собственных и делегированных полномочий) законодательно

определяется центральной властью. В Украине на выполнение делегированных полномочий и осуществление бюджетного выравнивания государство предоставляет органам местного самоуправления в виде межбюджетных трансфертов средства, объем которых фактически равняется сумме собственных доходов местных бюджетов (Табл. 2), что свидетельствует о существовании значительного резерва для расширения доходных источников собственных поступлений местных бюджетов и закрепления их на постоянной основе за соответствующими бюджетами.

Таблица № 2: Структура доходных источников местных бюджетов Украины за 2007-2013 годы, %

	2001*	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Собственные доходы	70,8	54,5	53,7	52,8	50,5	47,7	43,1	47,6
Налоговые поступления	59,3	41,7	43,1	44,0	42,4	40,3	38,0	41,3
Неналоговые поступления	8,3	6,0	5,6	5,8	5,5	6,0	5,6	5,5
Доходы от операций с капиталом	0,5	4,2	3,3	1,9	1,6	1,0	0,8	0,6
Целевые фонды	2,7	2,5	1,7	1,1	1,0	0,5	0,3	0,2
Официальные трансферты	29,2	45,5	46,3	47,2	49,5	52,3	56,9	52,4
Всего	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

*Справочная информация

Источник: рассчитано автором по данным Государственной казначейской службы Украины

В течение последних лет наметилась тенденция к сокращению объемов собственных доходов бюджета. Если за период с 2007 по 2013 года этот тренд имеет плавное уменьшение показателя на 7% с незначительными колебаниями в течение периода, то сравнивая с соответствующим показателем за 2001 год, имеем сокращение объема собственных поступлений почти на треть (на 23%), что свидетельствует о потере финансовой самостоятельности местными бюджетами, а также о невозможности в полном объеме удовлетворить разнообразные потребности, которые возникают на местном уровне.

Налоговые поступления являются основным источником формирования доходов местных бюджетов, в том числе и собственных, их доля составляет более 40% в структуре доходов местных бюджетов. За период с 2007 по 2013 годы удельный вес налоговых поступлений остался практически неизменным, хотя и отличался волатильностью показателей с пиком роста в 2009 году. Однако по сравнению с 2001 годом их доля сократилась почти на четверть (на 18%), что и повлекло уменьшение собственных доходов местных бюджетов.

Неналоговые поступления занимают второе место по значимости в структуре собственных доходов местных бюджетов. Их доля практически осталась неизменной в течение 2007-2013 годов. Незначительное падение удельного веса неналоговых поступлений в 2013 году до 5,5% в структуре доходов местных бюджетов находится в пределах диапазона колебаний этого показателя и имеет резервы к росту в течение следующих лет, поскольку в качестве основного источника доходов в этой группе выступают собственные поступления бюджетных учреждений, которые

непосредственно не зависят от состояния экономики, а формируются на основе спроса на общественные услуги, которые предоставляются на местном уровне.

Существенному уменьшению подверглись доходы местных бюджетов от операций с капиталом, доля которых в течении 2007-2013 годов сократилась в 7 раз (с 4,2% до 0,6%) в структуре доходов местных бюджетов, фактически вернувшись на уровень 2001 года. Отмеченная тенденция может свидетельствовать об исчерпаемости данного источника доходов, поскольку, в основном, поступления мобилизовались в бюджет от отчуждения имущества, которое находится в коммунальной собственности, продажи земли и нематериальных активов.

Аналогичная ситуация прослеживается и с целевыми фондами. Сокращение почти в 12 раз их удельного веса в структуре доходов местных бюджетов за период исследования свидетельствует о потере доходного потенциала этого источника, особенно после принятия Налогового кодекса Украины и внесения изменений в перечень местных налогов и сборов.

Поскольку более 90% в структуре собственных доходов местных бюджетов составляют налоговые поступления, то именно от изменения этого показателя будет зависеть объем собственных финансовых ресурсов органов местного самоуправления, необходимых для финансирования собственных полномочий и будет влиять на масштаб и качество предоставления общественных благ и услуг на местном уровне. Поэтому определение тенденций и факторов влияния на мобилизацию налоговых поступлений, как источника доходов местных бюджетов, требует детализации и дополнительного исследования (Табл. 3).

Таблица № 3: Структура налоговых поступлений местных бюджетов Украины за 2007-2013 годы, %

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Налоговые поступления, всего	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Налог на доходы физических лиц	78,0	77,4	75,2	75,5	74,0	71,1	70,5
Налог на прибыль предприятий	1,0	0,7	0,8	0,6	0,5	0,5	0,7
Налоги на собственность	3,0	2,6	2,6	2,8	0,9	0,8	0,6
Сборы за специальное использование природных ресурсов	9,0	11,7	14,5	14,5	17,7	17,8	16,5
в том числе: - плата за землю	8,7	11,3	14,1	14,1	14,6	14,7	14,0
Внутренние налоги на товары и услуги	3,5	2,9	2,3	2,4	1,2	1,4	1,5
в том числе: - акцизный налог	0,2	0,2	0,6	1,0	1,2	1,4	1,5
Другие налоговые поступления	5,5	4,7	4,6	4,2	5,7	8,3	9,9
в том числе: - местные налоги и сборы	1,6	1,4	1,4	1,2	3,5*	6,3*	7,9*
- единый налог	3,6	3,1	3,0	2,8	2,7	5,6	7,2

*С 2011 года единый налог входит в состав местных налогов

Источник: рассчитано автором по данным Государственной казначейской службы Украины

В структуре налоговых поступлений местных бюджетов наибольший удельный вес имеет закрепленный налог - налог на доходы физических лиц, доля которого в 2007 году составляла 78%. Однако после принятия Налогового кодекса Украины и внесения изменений в перечень местных налогов его удельный вес сократился до 74-71% в 2011-

2013 годах, что можно рассматривать как позитивный фактор, который способствует дифференциации доходных источников собственных доходов местных бюджетов. При этом, несмотря на новации Налогового кодекса Украины, лишь 3 налога - налог на доходы физических лиц, плата за землю и единый налог с физических и юридических лиц - обеспечивают более 90% налоговых поступлений местных бюджетов (90,3% - в 2007 году и 91,7% - в 2013 году), что свидетельствует о недостаточном фискальном потенциале остальных налоговых платежей в бюджет, увеличить который лишь за счет улучшения их администрирования будет невозможно, поскольку за своим назначением они выполняют больше регулируемую функцию, чем фискальную. В таком случае необходимо увеличивать количество налогов и сборов, которые формируют собственную налоговую базу местных бюджетов, путем передачи их из государственного бюджета и закрепления на постоянной основе за местными бюджетами. В частности, Ш. Бланкарт предлагает к компетенции земель (территориальных общин) включить корпоративный и прибыльный налоги. Поскольку эти налоги являются более эластичными, по сравнению с налогами на потребление, то они должны быть прерогативой земель (территориальных общин), где легче проконтролировать процессы взывания и использования поступлений (Бланкарт Ш., 2000). В свою очередь, Р. Масгрейв считает, что для формирования доходов органов местного самоуправления (муниципалитетов - в государствах с федеральным укладом) наиболее подходят имущественные налоги и налоги, которые взимаются по принципу эквивалентности услуг, а прогрессивные налоги на доходы и налоги на потребление лучше использовать для формирования бюджетов центральных органов власти (Масгрейв Р., 2009).

2 СРАВНЕНИЕ БЮДЖЕТНЫХ СИСТЕМ УКРАИНЫ И ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАН

Многовариантность теоретических основ определения налоговых источников формирования доходов местных бюджетов объясняется разнообразием практических подходов к разграничению налоговых поступлений между уровнями бюджетной системы в странах мира. В зависимости от исторических, политических, культурных и экономических факторов каждая страна самостоятельно определяет и формирует структуру налоговых поступлений местных бюджетов. Поэтому распределение налоговых поступлений между уровнями бюджетной системы не всегда полностью отвечает теоретическим научным разработкам, а скорее является результатом компромисса фискальных интересов государства (центральный бюджет) и регионов (местные бюджеты).

Основываясь на статистических данных ОБСЕ о структуре доходов местных бюджетов европейских стран в 2012 году, можно сделать вывод, что бюджетная система Украины имеет много общих характеристик с бюджетными системами Эстонии, Исландии, Дании, Норвегии, Финляндии и Швеции - среди унитарных стран, и Швейцарии - страной с федеральным (конфедеративным) укладом. Определяющим признаком для этих стран является - доминирование налога на доходы физических лиц, как основного источника формирования налоговых поступлений местных бюджетов. Часть этого налога в структуре налоговых поступлений находится в пределах от 69% в Швейцарии к 97% - в Швеции. При этом практически отсутствующие поступления от налогообложения доходов юридических лиц.

Особенностью и общей чертой отмеченных стран также является незначительный удельный вес налогов на имущество и налогов на потребление в

структуре налоговых поступлений местных бюджетов, а также отсутствие других налогов при формировании доходов бюджетов. Что касается Украины, то наоборот прослеживается значительная доля других налогов (более 25%) в структуре налоговых поступлений местных бюджетов, которые являются единичным случаем для большинства бюджетных систем европейских стран. Также необходимо обратить внимание, что лишь Эстония, Дания и Норвегия имеют сопоставимый с Украиной показатель удельного веса налоговых поступлений в доходах местных бюджетов, у остальных стран этот показатель намного выше. Поэтому для достижения реальной финансовой независимости местных бюджетов Украины необходим поиск дополнительных налоговых источников формирования доходов бюджетов из-за значительного уменьшения доли налоговых поступлений в структуре доходов местных бюджетов с 59,3% в 2001 году до 41,3% - в 2013 году.

В современных условиях для Украины целесообразно передать на местный уровень (полностью или значительно увеличить существующую долю отчислений) налог на прибыль предприятий. Учитывая, что удельный вес налога на доходы физических лиц в 2013 году составлял 4,9% от ВВП в структуре доходов Сводного бюджета Украины, а налог на прибыль предприятий - 3,8% от ВВП, то закрепление последнего за местными бюджетами существенно увеличит собственные доходы бюджетов местных органов власти.

Такое предложение является полностью справедливым на фоне усиления зависимости местных бюджетов от финансовой помощи из центра, поскольку невозможно осуществить децентрализацию власти в стране (предоставление больших полномочий органам местного самоуправления) без проведения эффективной финансовой децентрализации путем передачи части финансовых, в том числе и бюджетных, ресурсов на местный уровень.

3 ГРУППИРОВАНИЕ ФУНКЦИЙ ГОСУДАРСТВА ПО УРОВНЯМ БЮДЖЕТНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ

В соответствии с теоремой децентрализации, которая была сформулирована американским экономистом В. Оутсом, уровень власти, который находится ближе к потребителям бюджетных услуг, способен обеспечить наиболее эффективное расходование бюджетных средств (эффективность расходов) для удовлетворения местных потребностей, что позволяет ему делать целый ряд бюджетных услуг на уровне, на котором возможен наиболее полный учет конкретных потребностей местного населения и на котором выгоды от этих услуг окупают стоимость, которую готовы оплачивать получатели (Oates W., 1972).

В современных условиях обеспечение бюджетной децентрализации требует существенных сдвигов в структуре расходной части местных бюджетов касательно выполнения органами местной власти делегированных и собственных полномочий. Поскольку соотношение, которое сложилось в настоящее время, является крайне нерациональным и существенно отягощает местную власть необходимостью выполнения государственных функций, ведь «91% расходов местных бюджетов Украины связано с выполнением органами местного самоуправления делегированных и только 9% - собственных полномочий» (Даниленко А., 2008).

Если исследовать структуру расходов Сводного бюджета Украины по уровням управления, то можно определить какие именно функции и в каких объемах финансируются средствами государственного и местных бюджетов (Табл. 4).

Таблица № 4: Структура расходов Сводного бюджета Украины по уровням управления (функциональная классификация расходов и кредитования бюджета), %

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Общегосударственные функции							
Государственный бюджет	69,7	70,6	75,0	77,3	80,2	80,6	81,2
Местные бюджеты	30,3	29,4	25,0	22,7	19,8	19,4	18,8
Оборона							
Государственный бюджет	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Местные бюджеты	0	0	0	0	0	0	0
Общественный порядок, безопасность и судебная власть							
Государственный бюджет	99,3	91,8	99,2	99,1	99,3	99,4	99,4
Местные бюджеты	0,7	8,2	0,8	0,9	0,7	0,6	0,6
Экономическая деятельность							
Государственный бюджет	73,5	75,4	83,8	82,2	78,4	79,2	81,4
Местные бюджеты	26,5	24,6	16,2	17,8	21,6	20,8	18,6
Охрана окружающей естественной среды							
Государственный бюджет	80,7	80,7	71,9	79,8	77,3	78,1	82,1
Местные бюджеты	19,3	19,3	28,1	20,2	22,7	21,9	17,9
Жилищно-коммунальное хозяйство							
Государственный бюджет	12,2	5,0	3,6	15,6	3,7	1,9	1,3
Местные бюджеты	87,8	95,0	96,4	84,4	96,3	98,1	98,7
Здравоохранение							
Государственный бюджет	23,7	21,9	20,6	19,6	20,9	19,4	20,9
Местные бюджеты	76,3	78,1	79,4	80,4	79,1	80,6	79,1
Духовное и физическое развитие							
Государственный бюджет	34,9	36,9	38,6	44,8	35,6	40,2	37,4
Местные бюджеты	65,1	63,1	61,4	55,2	64,4	59,8	62,6
Образование							
Государственный бюджет	34,2	35,4	35,8	36,1	31,6	29,8	29,3
Местные бюджеты	65,8	64,6	64,2	63,9	68,4	70,2	70,7
Социальная защита и социальное обеспечение							
Государственный бюджет	60,2	68,6	65,4	66,3	60,3	60,1	61,0
Местные бюджеты	39,8	31,4	34,6	33,7	39,7	39,9	39,0
Всего							
Государственный бюджет	57,3	59,0	58,6	59,8	57,2	55,1	56,9
Местные бюджеты	42,7	41,0	41,4	40,2	42,8	44,9	43,1

Источник: рассчитано автором по данным Государственной казначейской службы Украины

Как свидетельствуют приведенные данные, все функции государства можно разделить на три группы, финансирование которых целесообразно полностью оставить за государственным или местными бюджетами, а также функции, которые необходимо финансировать одновременно средствами из обоих уровней бюджетной системы.

К первой группе относятся две функции - оборона и общественный порядок, безопасность и судебная власть - практически полностью финансируются средствами

государственного бюджета, передача их на местный уровень в современных условиях не имеет ни экономических, ни политических причин, поскольку данными услугами государства пользуются все граждане страны. Отдельные вопросы остаются относительно финансирования батальонов территориальной самообороны, поскольку в условиях унитарного государства их существование может иметь лишь временный характер и будет зависеть от военно-политической ситуации в стране.

К смешанному типу финансирования целесообразно отнести следующие функции.

При финансировании общегосударственных функций привалируют средства государственного бюджета благодаря их специфичности и направленности на предоставление услуг всем гражданам страны, например, функционирование высших органов государственного управления, обеспечение финансовой и фискальной деятельности государства, обслуживание государственного долга. Из-за усиления долговой нагрузки на экономику страны в течение 2007-2013 годов произошло увеличение доли средств государственного бюджета в структуре расходов Сводного бюджета Украины с 69,7% до 81,2%, данный тренд имеет тенденцию к росту в среднесрочной перспективе. Поэтому делегирование указанной функции на местный уровень возможно лишь в части финансирования органов местной власти и местного самоуправления, а также некоторых общих функций государственного управления.

Финансирование расходов на экономическую деятельность государства в течение последних лет имеет четко выраженный тренд на увеличение удельного веса средств государственного бюджета в структуре расходов Сводного бюджета Украины, в частности за период с 2007 по 2013 годы их доля возросла с 73,5% до 81,4%. Это связано, в первую очередь, недостаточностью объемов собственных средств местных бюджетов на осуществление капитальных расходов при выполнении экономической функции государства. В условиях посткризисной рецессии в экономике лишь государственный бюджет способен обеспечить финансирование государственных программ по поддержке отдельных секторов экономики (отраслей народного хозяйства). Учитывая, что большинство предприятий по организационно-правовой форме являются коллективной или частной собственностью, то влиять на их деятельность государство может лишь путем применения рыночных инструментов, таких как налоги, субсидии, субвенции, дотации, государственный заказ, а также путем создания в стране благоприятного климата для ведения бизнеса. Поэтому эту функцию целесообразно оставить за государством, делегировав на местный уровень лишь отдельные полномочия в части дополнения отмеченных инструментов определенными льготами или квотами для стимулирования притока инвестиций на местный уровень в зависимости от состояния экономического развития региона.

Функция охраны окружающей естественной среды традиционно в Украине финансируется, в основном, средствами государственного бюджета, доля расходов которого в течение 2007-2013 годов возросла с 80,7% до 82,1% в структуре расходов Сводного бюджета Украины по уровням управления. Целесообразно сохранить общее финансирование (средствами государственного и местных бюджетов) данной функции. Поскольку в государстве существует много проблем, таких как последствия Чернобыльской катастрофы, нанесение вреда окружающей среде в следствии долговременной добычи полезных ископаемых (угля, урана, железной руды и тому подобное), загрязнение водных ресурсов и другое, решить которые местные органы власти собственными ресурсами неспособны, на местный уровень необходимо передать полномочия, касающиеся контроля за соблюдением нормативов выбросов

вредных веществ предприятиями, расположенными на территории общины, путем уплаты местного экологического налога.

Духовное и физическое развитие - это функция государства, которая в течении 2007-2013 годов увеличила долю финансирования из государственного бюджета с 34,9% до 37,4% и имеет тенденцию к росту. Из-за специфики этой функции, которая связана с финансированием подготовки спортсменов, которые представляют страну на международных соревнованиях и создают ее имидж, а также из-за необходимости создания единого идеологического пространства в государстве, целесообразно сохранить доленое финансирование этой функции как средствами государственного, так и местных бюджетов, выходя из согласованного объема делегированных на местный уровень полномочий.

Относительно функции социальная защита и социальное обеспечение, то в течение последних лет соотношение по ее финансированию уровнями бюджетной системы является постоянным и находится в пропорции 60% - средства государственного бюджета, 40% - местных бюджетов. При этом местные бюджеты получают трансферт на выполнение социальной функции, делегированной государством, с целью приближения общественных благ и услуг (социальных услуг) к потребителям. Передача этой функции на местный уровень является нецелесообразной из-за неравномерности распределения потребителей социальных услуг на территории государства и в отдельных административно-территориальных единицах, объем делегированных расходных полномочий на предоставления социальных услуг органам местного самоуправления не будет соответствовать их финансовому потенциалу, а потому не будут профинансированы на утвержденном государством и гарантированном законами уровне.

К третьей группе относятся функции государства, которые целесообразно передать в полном объеме для финансирования из местных бюджетов.

Жилищно-коммунальное хозяйство - это функция, которая должна быть полностью передана местным бюджетам с соответствующим закреплением стабильных источников финансирования. Поскольку коммунальные услуги оказываются жителям конкретных населенных пунктов (территориальных общин), то потребность в их объемах дифференцирована по регионам и центральному правительству проблематично учесть такое многообразие предпочтений в каждой административно-территориальной единице. За период с 2007 по 2013 годы доля средств государственного бюджета, направленных на финансирование указанной функции, уменьшилась с 12,2% до 1,3%. Единственное, что необходимо предусмотреть, это механизм содержания дорог общегосударственного значения. Целесообразно перенять практику ведущих стран мира, где все автобаны являются платными, за исключением муниципальных дорог, которые также выступают в роли альтернативы для платных автомагистралей.

Здравоохранение и образование - это также функции государства, финансирование которых целесообразно передать на местный уровень. Доля средств государственного бюджета на финансирование указанных функций в течении 2007-2013 годов сократилась с 23,7% до 20,9% и с 34,2% до 29,3% соответственно. Данные функции можно рассматривать как предоставление локальных общественных благ, поскольку их потребление осуществляется географически локализованной общиной населения, а расходы на их производство местными органами власти не превышают или равняются расходам центрального правительства. При этом предоставление общественных благ органами местного самоуправления будет более эффективным из-за наличия у субнациональной власти более полной информации о потребностях

населения и больших возможностей в обеспечении оптимального соотношения между налоговой нагрузкой и объемом предоставленных общественных благ. При этом необходимо оставить практику финансирования фундаментальных научно-исследовательских работ и инноваций за счет государственных программ, поскольку отмеченные разработки будут определять технологический уровень развития государства в целом.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Считаем, что предложенные практические рекомендации будут способствовать построению эффективной модели бюджетной децентрализации в Украине, которая обеспечит решение проблемы определения налогового потенциала отдельной административно-территориальной единицы и оптимального объема государственных функций, которые целесообразно и экономически эффективно делегировать на местный уровень на постоянной основе, переведя их в собственные функции органов местного самоуправления. Это позволит реализовать на практике положения концепции бюджетного федерализма, которая базируется на идее того, что каждая административно-территориальная единица финансирует свои расходы за счет собственных ресурсов: местные расходы финансируются на региональном (местном) уровне, а национальные - на общегосударственном.

ЛИТЕРАТУРНЫЕ ИСТОЧНИКИ

- БЛАНКАРТ Ш. Державні фінанси в умовах демократії: Вступ до фінансової науки / Шарль Бланкарт / Пер. з нім. С.І. Терещенко та О.О. Терещенка; Передмова та наук. редагування В.М. Федосова. – К.: Либідь, 2000. – 654 с. ISBN 966-06-0137-9
- МАСГРЕЙВ РИЧАРД А., МАСГРЕЙВ ПЕГГИ Б. Государственные финансы: теория и практика / Ричард Масгрейв, Пегги Масгрейв. Пер. с англ. – М.: Бизнес Атлас, 2009. – 716 с. ISBN 978-5-9900421-3-1
- OECD Fiscal Decentralization Database [Електронний ресурс] // Fiscal federalism network. – Режим доступу:
<http://www.oecd.org/ctp/federalism/oecdiscaldecentralisationdatabase.htm>
- OATES W. Fiscal Federalism / Wallace Oates / New York: Harcourt, Brace, Jovanovich, 1972.
- Т. 1: Фінансова політика та податково-бюджетні важелі її реалізації / За ред. чл.-кор. НАН України А.І. Даниленка. – К.: Фенікс, 2008. – 468 с. ISBN 978-966-651-626-1

Автор:

доцент, Татьяна Коляда, канд. эконом. наук
кафедра финансов,

Национальный университет Государственной налоговой службы Украины
08201 Украина, Киевская обл., г. Ирпень, ул. Карла Маркса, 31,
mobil: +38 050 753 29 26
e-mail: t_kolyada@mail.ru

Reviewers:

doc. Ing. Diana Šal'mieva, CSc.
doc. Ing. Irina Družinina, CSc.

LOGISTICS IN SMALL AND MEDIUM-SIZED COMPANIES IN SLOVAKIA

Martina Kuperová

Abstract

Purpose of the article The purpose of the contribution is logistics in small- and medium-sized companies in Slovakia.

Methodology/methods The main aim of the research presented in the paper was to indicate on the basis of a questionnaire how the logistics are perceived by the above-mentioned companies. In order to obtain the information on the current situation in the field of logistics the questionnaire method was used. The main research objective was to characterize the present state of logistics, to find out a level of applying the logistics in the variously sized Slovak companies, and to identify the main factors influencing logistics. For the statistical elaboration of research results the categorization of companies was used from the aspect of their size and the number of employees in respective companies. Taking into account the specific sphere of the company logistics, our attention was paid to Slovak industrial companies. The investigated group, which was tested by the questionnaire method, involved the company employees having a knowledge of the course of logistic processes. The number of addressed persons was 220 of respondents.

Scientific aim By comparing the results obtained from the study of the literature with a real state of the business practice it was possible to point out to elements of the great importance which are, however, missing in the practice of small and medium-sized industrial enterprises.

Findings The research results have confirmed that 41 % of the Slovak companies are missing a separate "Logistic unit" and for this reason its function is performed mostly by business departments or the department for a purchase and supply, departments for marketing, administration and property - financial departments, the unit of stock economy, department of transport, and in the case of small firms it is the company leadership or the owner himself. The responsible workers in Slovak industrial companies should realize that a survival in the market economics brings the prosperity which can be achieved after the accommodation to demanding market requirements.

Conclusions The small- and medium-sized industrial companies in Slovakia do not employ logistic conceptions sufficiently. The competition can be entered only by those companies which are able to offer and ensure a set of logistic processes at a higher level and optimum costs. The fundamental assumption of a success lies in prompt actions. The successful firms are characterized by following activities: they are able to increase the rate of innovations, to present new products and services in markets as quickly as possible, to satisfy the customers' demands in a shorter time of deliveries effected with a high reliability. The improvement of logistic processes increases both the operating profit and return of the operating capital.

Keywords: logistics, small- and medium-sized industrial companies, department of logistics, logistic manager

JEL Classification: L19, L29, M21

INTRODUCTION

The logistics is part of the strategic company management. A source of the competitive ability are logistic services where a number of logistic chains enter into competitive relationships. The crucial factor of differences and of the market success are becoming logistic services developed by a whole chain of integrated suppliers, providers of the logistic services, and also customers.

1 OBJECTIVE AND METHODOLOGY

A large part of the contribution is concerned with our proposals, possibilities and solutions to a question how the logistics conceptions can be introduced in small- and medium-sized industrial companies for the purpose of increasing their success in the market and obtaining competitive advantages in the global environment.

By means of the questionnaire method and on the basis of the analysis of a current situation in Slovakia the convenient conditions were created for the introduction of logistics conceptions in small- and medium-sized industrial companies.

The goal of logistics is to optimize and harmonize the two essential and mutually confronting company aims: to be able to supply the products to customers promptly and to reduce the capital tying in stocks. The prompt execution of deliveries could be ensured by creating the sufficiently large warehouse stocks which, however, might lead to the increased capital tying. It means that all effort of logistics is directed towards reduction of the capital tying, which can be achieved by the substantially accelerated material flows in the company resulting in a decrease of the stocks volumes.

The primary objective of logistics is the reduction of costs and an increase of the output. The secondary objective understood as a task of the rationalization is the optimization of technical and economic processes along the whole material flow and their inclusion in the establishment of a central management body as well as in the creation of a suitable monitoring and recording system. (VIESTOVÁ, 2006)

The minimization of costs associated with distribution during the maintenance of the high level of services provided to customers can be specified in the following points:

- maximum compliance with the customer's requirements;
- flexible deliveries;
- product delivery to a right place;
- package accommodation;
- adequate price invoicing;
- ensuring of the high-level services rendered to customers;
- fulfilment (reliability) of the term of deliveries requiring the supplier's reliability and promptness;
- minimization of costs necessary for the operation of the distribution system. (TREBUŇA, 2011)

Small- and medium-sized companies have a key role in the European economics. They are an indisputable source of vacancies, inspire the entrepreneurial spirit and vision and thereby become important and favourable stimulators of the competition and employment in Europe. In the extended European Union there exist approximately 23 million of micro, small and medium entrepreneurs who are rendering 75 million of jobs and represent 99% of all European companies. These companies are an important impetus to the economic

growth, innovation, employment and social integration. In fact 9 from 10 small- and medium-sized companies are very small because they give work to less than 10 employees. The similar situation is also in Slovakia where small- and medium-sized companies represent ca 99%, out of which 81 % are business subjects which do not have more than 10 employees. Their ability to create, develop, apply or adapt the new technologies is unique.

Despite these superlatives the small- and medium-sized companies face market insufficiencies concerned with difficulties to acquire the capital, especially in starting phases of the business activity, which leads to the limited access to new technologies and innovations. Therefore the chances to achieve the success in a highly competitive environment are very limited.

The concentration of the network of warehouses associated with their centralization represents an alternative logistic technology versus Just-in-Time technology. The reduction of logistic costs depends on the network concentration. If the network is more concentrated:

- costs of the financing of stocks in warehouses are decreasing, although on the other hand they are growing on the side of customers. In addition, total costs of the stock financing have a declining tendency except the case of the external network concentration;
- costs of the transport service of warehouses are decreasing while costs of the cartage of goods from warehouses to customers are increasing; however, total transport costs are decreasing;
- storage costs are diminishing;
- total costs of the system have usually a declining tendency and show that it is sometimes more advantageous to perform the concentration, for example, in two stock buildings than in a single one. (PERNICA, 2005)

The effectiveness depends on the suitable storage technology as well as on the type of a warehouse. Therefore it is necessary to define indicators having influence on the effectiveness and to assess their relative importance. Furthermore, it is also necessary to measure the indicators and evaluate their performance on the basis of measurements. The assessment needs to determine and introduce the output standards in advance. If the adjusted values of indicators are not achieved it is necessary to carry out the analysis of causes and subsequently to apply the corrective precautions for their removal. Each indicator or its final value must be assessed in agreement with some ahead-determined norms, limited values, and standards. There exists a prevailing opinion that company standards should be determined on the basis of their comparison with the competition. However, it is possible that this procedure is not sufficiently objective because the competition has usually other conditions, each competitor is different and engaged in various target markets. Therefore the measuring rule should be expressed by a response to the question: "How are customers' necessities satisfied by a company in comparison with the competition?"

Besides the price and quality the next key factor of the competition is time. The traditional approach to the saving of time in a production process has only one aim: to achieve a quicker movement through the distribution channel. Of course, the speed affects the quality and also costs.

The flexible processes of fulfilling customers' requirements are directed towards higher responsibility. The conscious customers are aware of the fact that a supplier working at the fast rate has lower costs because his supplying processes are shorter and with smaller losses.

An Efficient Consumer Response (ECR) to customer requirements, or the effective satisfying of consumer needs, the aim of which is to shorten the ordering cycle and ensure

systematic and continual deliveries, are based on the co-operation of producers with suppliers. It stabilizes the logistic infrastructure and chain flows at minimum stocks and keeps all activities in harmony on introducing new products in the market. The stability of chains enables one to invest in their equipment, concentrate on the business and achieve the higher turnover by decreasing prices while the profit by expanding the product assortment.

In order to apply the ECR in practice, companies should proceed from the principles established by the alliance of ECR Europe. They incorporate the application of the:

- method of the rational or the so-called economical logistics - *Steamlimited Logistics* (SLOG), representing the integrated logistics based on the principle observed in the following way: the customer optimizes or rationalizes the purchase of goods in order a supplier could deliver products in the simplest and the most effective way (ordering of goods in coherent pallets or in manipulation units);
- method of the continual replenishment of goods - *Continuous Replenishment* (CRP), is based on the partnership agreement among members of the distribution channel. This leads to a change in the traditional process of replenishing stocks according to orders for a supply of goods based on the real and forecasted demand. With the help of the Electronic Data Interchange system suppliers and customers are able to be permanently informed on the selling situation and on the necessity of immediate deliveries of goods realized on the basis of the current state of stocks and in virtue of the software-generated prognosis of sale;
- support to the system of *Electronic Data Interchange* (EDI), i.e. to the electronic interchange of standard documents between two independent subjects, the aim of which is the gradual substitution of paper documents for electronic ones ensuring the more rapid, safer and cheaper interchange. The EDI results in the accelerated information exchange, higher effectiveness of the logistic chain (higher productivity of labour, shorter periods of deliveries, lower stocks, improved relations with business partners, higher competitiveness), in the economy of administrative costs, limitation of errors caused by a human factor, precision in transferring the information, higher level of the protection of information against the misuse of written documents, and in the establishment of the theoretical basis of modern managerial systems (Quick Response, Just-in-Time). (VIESTOVÁ, 2006)

2 EXPERIMENTAL AND RESULTS

The basic assumption of the prospering company are logistic managers. If logistic managers want to be successful, they must have the communication and leadership abilities, analytical thinking and the ability to plan strategically. A role of the production manager is to choose such an approach to the production management system which will guarantee him the best fulfillment of the following indicators: production performance, continuous production time, flexibility in the reaction to the customer's order, quality, company amount of stocks, and utilization of capacities. In most companies the logistic functions are often "dispersed" throughout the whole company, they do not have the unambiguously appointed managing director and a separate department responsible for the management of all logistic process.

The research results have confirmed that 41% of the Slovak companies (Table 1) are missing a separate "Department of Logistics" and for this reason its function is performed mostly by business departments or the department for a purchase and supply, departments for marketing, administration and property - financial departments, the unit of stock economy, department of transport, and in the case of small firms it is the company leadership or the

owner himself. From among 41% of companies (20% of large-sized, 34% of medium-sized, 68% of small-sized companies, and 100% of micro-companies), which have not established the separate Logistic unit, do not intend to found it at all (50% of large-, 50% of medium-, 56% of small- and 100% of micro-companies). However, 36% of companies indicated that they thought about establishing the logistic unit, but in a long-term perspective, i.e. up to 5 years, and only 6% of companies stated that they thought about establishing of such a separate unit in the near future - up to two years (Table 1).

Table 1: Separate Department of Logistics

Wording of the question	Number of respondents	Percentage expression [%]
1. Is the separate Department of Logistics established in your company?		
A. Yes	73	59
B. No	50	41
2. If you answered to the question "1" negatively, Which department is performing the function of the Department of Logistics?		
A. Department for a purchase and supply	9	18
B. Business department	21	42
C. Department of stock economy	1	2
D. Department of transport	1	2
E. Other department	14	28
F. Department for a purchase and supply and business department	4	8
3. If you answered to the question "1" negatively, do you intend to set up such a department in the future?		
A. Yes, we think in the near term (up to 2 years)	3	6
B. Yes, we considering in a long-term perspective (up to 5 years)	18	36
C. No, we do not consider	29	58

Source: own processing

It is alarming that more than a half of the companies, which are without a separate Logistic unit, do not intend to found it at all. It would be useful to pay attention mainly to medium-sized companies (50%) that have not set up a Logistic unit and do not intend to do it not even in the future. It is recommended to explain the competent employees the importance of staff trainings and seminars and also of logistics, the role of logistic managers, and the advantages of a separate Logistic unit. Of course, this needs the understanding of company managers, creation of suitable conditions required for the company functioning, and also extensive investments into employees and the technology.

The logistic manager should have the general managerial, entrepreneurial and personal knowledge, as well as the knowledge from the sphere of planning, organizing, and strategic decision-making, and moreover the knowledge of the logistic management, control, informatics, and the team work. He should be able to quickly react to the permanently changeable environment and to understand all elements constituting the integrated logistic chain to maintain the most effective interconnection of chains with suppliers, distributors and

customers. Logistic managers should educate themselves continuously. Of course, they should have the knowledge of foreign languages, i.e. the active knowledge of at least one or two world languages inclusive of English, the appropriate education, professional practice and a good command of the computer.

From the research conducted in Slovak industrial companies it was revealed that the Logistic unit or logistic managers should start to devote their attention (to a larger extent) to the prognosis of a quarterly return, to the return per one customer, and to the average time of deliveries. Moreover, they should have a good view of average costs per one order, they should evaluate the suppliers, delays of deliveries, and consequently they should eliminate the reasons for the occurrence of damaged supplies.

Of course, there exist micro-companies and small companies where logistic functions are involved in their activities to a lesser extent and the establishment of the Logistic unit would be more like a luxury. Therefore each worker employed in these companies should have the logistics, and similarly also the marketing “in his blood”, and one responsible manager, or a small group of workers should be appointed to regulate the coordination and synchronization of logistic activities.

The responsible workers in Slovak industrial companies should realize that a survival in the market economics brings the prosperity which can be achieved after the accommodation to demanding market requirements. In this process the next step will be an engagement of the logistic manager or managers in the company activities to reduce a working load of the top management and to remove the problems in the “ground” where they appeared.

At present the behaviour of companies expressed in percents is following: 53% of them do not monitor a turnover per customer and the tendency should be rather opposite, 46% do not follow the average time of delivery despite the fact that without this parameter they cannot assess the suppliers’ reliability, and 57% of companies do not evaluate a delay of delivery per temporal period. The latter steps, i.e. the delays in deliveries should be monitored and evaluated and subsequently searched for their causes. Only on the basis of these steps companies can be able to improve their approaches and to remove negative phenomena in the question of product deliveries. It is possible that the unsatisfactory attitude of the majority of companies is associated either with the absence of employees lacking the knowledge of logistics or with the absence of the separate Department of Logistics.

The research has confirmed that although it is true that companies have at disposal the information system and even the new ones, on the other hand:

- they satisfy the customers’ needs by concentrating their attention mainly on the quality; the smaller number of companies pay attention to the time of deliveries and to the flexibility and reliability of supplied goods. In these companies the prompt actions are considered a prerequisite for the success with regard to customers and for a choice of the mode of acquiring the competitive advantage over rivals;
- a half of the companies do not monitor a turnover per customer and nor do they monitor the average time of deliveries - they even do not evaluate the delay of supplied goods per certain period of time;
- 26% of companies were monitoring the average costs per one order only partially (11% did not monitor them at all) and therefore they could not apply the effective procedure of achieving the saving of time and costs expended in the course of the implementation of orders;
- in 74% of companies the turnover for a quarter of the year can be forecasted only partially (in 6% of companies it cannot be forecasted accurately);

- 21% of companies evaluate the deviations from a logistic plan only rarely (8% of companies do not evaluate them at all) and therefore they cannot avoid dangerous situations in the company.

These facts do not significantly differ from the average obtained on the basis of the performed intra-company accounting of outputs which are weak in comparison to foreign countries, especially in the European Union. If the company wants operatively react to market requirements, it must increase the transparency of its activities (providing it has at disposal adequate data about the status and changes in the real time). The flexibility of the company actions requires the following procedures: changes in the market requirements must be transferred into production as fast as possible and their effects must be reliably forecasted; customers should have the possibility to monitor deliveries through the online system; results obtained must be checked and evaluated; and necessary changes must be realized on the basis of the impulses given by feedbacks.

CONCLUSIONS

The small- and medium-sized industrial enterprises in Slovakia do not employ logistic conceptions sufficiently. However, there exist several ways in which they can achieve the competitive advantage over their rivals. The competition can be entered only by those companies which are able to offer and ensure a set of logistic processes at a higher level and optimum costs. The fundamental assumption of a success lies in prompt actions. The successful firms are characterized by following activities: they are able to increase the rate of innovations, to present new products and services in markets as quickly as possible, to satisfy the customers' demands in a shorter time of deliveries effected with a high reliability. In this connection it is necessary to realize that the logistics has a positive effect on the balance of a firm. On the side of assets, a shorter time of transfer and release of stocks lead to an improved flow of money. The more accurate registration of orders results in the lower number of invoice errors, which has influence on the decrease of costs expended for the financing of debts. A lower level of the inventory associated with more productive funds and equipments releases a capital for the next utilization. Thanks to the better planning, on the side of liabilities a smaller purchase volume of material elements diminishes the capital amount in relation to the product at the stage of its processing. The improvement of logistic processes increases both the operating profit and return of the operating capital.

BIBLIOGRAPHY

- Čambál, M. and Cibulka, V. 2008 *Logistics manufacturing enterprise*. Bratislava: Publishing STU 2008
- Červeňan, Š. 2001 *Logistics in the managerial practice*. Trnava: Tripsoft 2001
- Drahotský, I. and Řezníček, B. 2003 *Logistics - processes and their management*. Brno: Computer Press, Inc. 2003
- Lambert, D.M. and Stock, J.R. and Ellram, L.M. 2005 *Logistics*. Praha: CP Books, Inc. 2005
- Pernica, P. 2005 *Logistics (Supply Chain Management) for 21.century*. Praha: Radix, Ltd company 2005
- Rybanský, R. and Vidová, H. and Božek, P. 2006 *Production logistics*. Bratislava: Publishing STU 2006
- Sákal, P. et al. 2009 *Logistics of the high-performance company*. Trnava: SP 2009

- Stehlík, A. - Kapoun, J. 2008. *Logistics for Managers*. Praha: Publishing Ekopress, s .r. o. 2008
- Trebuňa, P. and PEKARČÍKOVÁ, M. 2011 *Stock and distribution logistics*. Košice: TU in Košice 2011
- Viestová, K. and Štofilová, J. 2006 *Distribution system and logistics*. Bratislava: Ekonóm 2006
- Viestová K. et al. 2005 *Lexicon of logistics*. Bratislava: Ekonóm 2005

Author:

Ing. Martina Kuperová, PhD.

Slovak University of Technology

Institute of Management

Vazovova 5

812 43 Bratislava

Slovakia

e-mail: martina.kuperova@gmail.com

Reviewers:

doc. Ing. František Lipták, DrSc.

doc. Ing. Jozef Chajdiak, PhD.

BANKOVÉ ÚVERY PRE ŽIVNOSTNÍKOV, MIKRO A MALÉ PODNIKY

BANK CREDITS FOR TRADERS, MICRO AND SMALL ENTERPRISES

Marta Markovičová

Abstract

Purpose of article The aim of this article is to characterize the external sources of SME financing - bank credit. We will dedicate ourselves to conditions of credit financing for sole entrepreneurs, micro and small enterprises in three randomly selected Slovak banks. Based on our research performed in these banks we will analyse, assess and generalize the real opportunities of credit financing of business activities for SME.

Methodology/methods comparison, abstraction, analysis and synthesis, induction and deduction

Scientific aim To discover opportunities and obstacles in business plans financing of above stated enterprises through bank credits at their start-up and in the beginning of their business.

Findings Our research shows the traders, micro and small enterprises have no chance to be granted a standard investments bank credit at their start-up and in the first two years of existence. This fact is a serious barrier of running business mostly in case of high investments business projects.

Conclusions (limits, implication etc.) The Small and Medium enterprises are very important pillar of employment in Slovak economy. With respect to their very limited opportunities to get a bank credit as a financing source at their start-up and in the first two years of their existence it is crucial to improve the support of public institutions for the future in form of various contributions, donations, grants and programmes as well as raising awareness of business sector of these forms of support.

Keywords: bank credit, classification of bank credits, basic requirements for granting a credit, client', creditworthiness, interest rate, credit collateral

JEL Classification: G29

ÚVOD

"Živnostníci, mikropodniky a malé podniky tvoria významnú časť podnikateľského prostredia. Z hľadiska zamestnanosti, zamestnávajú takmer 57 % všetkých zamestnaných ľudí v podnikovej ekonomike na Slovensku, čo je približne 1 milión zamestnancov". (ANALÝZA, 2013, s. 5)

Na založenie a prevádzkovanie MSP je potrebná určitá výška finančných prostriedkov. Väčšina malých a stredných podnikateľov sa stretáva, hlavne v začiatkoch podnikania, s ich akútnym nedostatkom. Svoju pozornosť sústredíme na externý zdroj financovania MSP - bankový úver, možnosť a podmienky jeho získania pre segment živnostníkov, mikropodnikov a malých podnikov. V tomto príspevku vychádzame z klasifikácie mikro a malých podnikov v znení odporúčania Európskej komisie č. 2003/361/ platné od 1. januára 2005.

1 CIEĽ A METODIKA

Na financovanie podnikania využívajú podnikatelia okrem vlastných zdrojov aj cudzie zdroje.

V príspevku sme sa zamerali na externý zdroj financovania malých a stredných podnikov – bankový úver. Cieľom je zistiť reálne možnosti a podmienky jeho získania pre segment živnostníkov, mikropodnikov a malých podnikov v komerčných bankách pôsobiach v SR.

Informácie sme získali jednak osobnou návštevou troch pobočiek náhodne vybratých bánk pôsobiach v SR a preštudovaním ich webových stránok (informácie uvedené v tomto príspevku sú relevantné k 30. septembru 2014). Osobne sme navštívili 3 banky: Československá obchodná banka, a.s. pobočka Senica (ČSOB), Všeobecná úverová banka, a. s. pobočka Senica (VÚB) a UniCredit Bank Czech Republic and Slovakia, a. s., pobočka zahr. banky Senica (UniCredit). S bankovými úradníkmi sme prerokovali možnosti poskytnutia bankových úverov segmentu živnostníkov, mikro a malým podnikateľom (novým aj existujúcim klientom). Zaujímali sme sa o to aké druhy úverov sa im poskytujú, na aký účel, pri akej splatnosti, v akej výške, za akú úrokovú sadzu, za aké poplatky a tiež čím ručia títo podnikatelia za úvery. Overovali sme aké podklady musí predložiť banke podnikateľ - žiadateľ o úver. Získané poznatky sme zovšeobecnil a zhrnuli v závere príspevku.

2 VÝSLEDKY A DISKUSIA

2.1 KLASIFIKÁCIA A CHARAKTERISTIKA BANKOVÝCH ÚVEROV

Medzi často využívané cudzie zdroje financovania podnikov patria bankové úvery. „Finančné zdroje z úverov charakterizujeme ako návratné peňažné vzťahy, t.j. vzťahy, pri ktorých veriteľ poskytuje hodnoty na dočasné používanie". (Ježková, Ježek, 2011, s.67). V ekonomickej teórii sa stretávame s rôznym členením (klasifikáciou) a druhmi bankových úverov.

Renáta Ježková, Jiří Ježek (2011) klasifikujú úvery na **finančné**, ktoré spočívajú v poskytnutí určitej finančnej čiastky a **obchodné**, ktoré si poskytujú účastníci obchodných vzťahov, t. j. dodávatelia a odberatelia (ide o odberateľský a dodávateľský úver). **Finančné úvery** členia na úvery **krátkodobé** (splatné do 1 roka), **strednodobé** (splatné do 5 rokov) a **dlhodobé** (s dobou splatnosti dlhšou ako 5 rokov). Krátkodobé úvery slúžia na krátkodobé preklenutie nesúladu medzi potrebou finančných zdrojov a ich výškou, ktorú má podnik k dispozícii. Strednodobé a dlhodobé úvery slúžia na pokrytie investičných potrieb podnikateľov.

Vojtěch Polidar uvádza, že „najobvyklejším **kritériom členenia úverov** je ich **splatnosť**“. Opodstatneným kritériom členenia krátkodobých úverov je tiež ich **účel**“ (1991, s. 91). Podľa Vojtěcha Polidara (1991) sú bankové krátkodobé úvery splatné do 1 roka a majú formu kontokorentného úveru, zmenkových úverov, lombardného úveru a ostatných úverov. Podľa účelu poskytnutia sústavu krátkodobých úverov tvoria:

- kontokorentný úver,
- úver na obežný majetok,
- úver na sezónne náklady,
- úver na prechodný nedostatok obežných prostriedkov.

Strednodobé bankové úvery sú úvery so splatnosťou do 4 až 5 rokov od ich poskytnutia. Úvery s dlhšou dobou splatnosti sú dlhodobé. Účelom strednodobých a dlhodobých úverov sú náklady na obstaranie investícií, ale môžu slúžiť aj na financovanie obežného majetku. Tieto úvery majú podobne ako krátkodobé úvery formu kontokorentných a zmenkových úverov. Pre banky predstavujú tieto úvery na dlhšiu dobu riziká likvidity a prípadných strát. (vlastný preklad autora)

Vyššie uvedené teoretické poznatky sme overovali v praxi 3 vybraných komerčných bánk. Informácie a zistené skutočnosti z urobeného prieskumu sme za všetky tri banky zovšeobecnilí a výsledky sú uvedené v Tabuľke 1.

Tabuľka 1: Bankové úvery (štandardné) – prehľad k 30. 9. 2014

Druh úveru	Splatnosť v rokoch	Účel úveru	Výška úveru v EUR	Úroková sadzba p. a.
krátkodobé	do 1	prevádzkový*	1 600 - 332 000	8 - 11 %
		prevádzkový	3 000 - 170 000	8 - 11 %
strednodobé	od 1 do 4 (5)	prevádzkový	1 600 - 332 000	4 - 14 %
		investičný	4 000 - 500 000	4 - 14%
dlhodobé	od 5 do 15	investičný	4 000 - 500 000	3,5 - 10%

*zaručený finančným majetkom

Zdroj: vlastné spracovanie autora

Z Tabuľky 1 vyplývajú nasledovné skutočnosti:

Komerčné banky (ČSOB, VÚB a UniCredit) poskytujú živnostníkom, mikro a malým podnikateľom rôzne druhy a typy úverov jednak z vlastných zdrojov ako aj zo zdrojov poskytovaných v spolupráci s EÚ.

Z hľadiska času trvania úverového vzťahu (**splatnosti**) poskytujú všetky tri banky úvery:

- krátkodobé so splatnosťou do 1 roka,
- strednodobé so splatnosťou od 1 do 4 až 5 rokov,
- dlhodobé so splatnosťou od 5 rokov do 10 až 15 rokov vrátane od poskytnutia úveru.

Lehota splatnosti úveru je závislá od viacerých faktorov (napr. od účelu úveru, výšky úveru, zabezpečenia úveru a bonity podnikateľa).

Všetky tri banky poskytujú (**podľa účelu**) štandardné prevádzkové a investičné úvery ako aj špeciálne úvery (napr. ČSOB poskytuje úver pre zdravotníkov, VÚB poskytuje úver pre poľnohospodárov, v UniCredit sú to úvery pre spoločenstvá vlastníkov bytov a správcov alebo podnikateľov v oblasti poľnohospodárstva a rozvoja vidieka, úvery s podporou EÚ,

úverové linky. predschválené úvery, úvery pre členov rôznych profesijných združení a komôr). Tieto špeciálne úvery sa poskytujú na krytie prevádzkových resp. investičných potrieb, majú spravidla výhodnejšie podmienky pre podnikateľov ako štandardné úvery. Napr. u špeciálnych úverov s podporou EÚ bývajú vyššie úverové limity, nižšie úrokové sadzby, sú dostupnejšie pre širší okruh podnikateľov, s vybavením úveru je spojených menej administratívnych úkonov, čo má vplyv na rýchlosť poskytnutia úveru.

Prevádzkový úver – slúži na bežné financovanie prevádzkových potrieb podnikateľov (financovanie prevádzkových nákladov - zásob, miezd, tovaru, nedokončenej výroby, kúpu hmotného a nehmotného majetku s nižšou obstarávacou cenou, platbu preddavkov na DPH...), pohľadávok do lehoty splatnosti ako aj na financovanie sezónnych a mimoriadnych potrieb.

Investičný úver sa poskytuje na podnikateľské zámery väčšieho rozsahu, spravidla na obstaranie hmotného a nehmotného investičného majetku, strojov a zariadení, dopravných prostriedkov, prevádzkových priestorov, budov a stavieb, technológií, výpočtovej techniky, softvéru, rekonštrukciu a modernizáciu hmotného investičného majetku....

Aký konkrétny druh úveru ponúknu banky konkrétnemu podnikateľovi závisí okrem iných faktorov aj od jeho podnikateľskej histórie v danej banke, t. j. od jeho akoby „vernosti k banke“, čo znamená vlastne koľko rokov je klientom danej banky. Pre existujúcich stálych „verných klientov“ majú všetky tri banky v ponuke tzv. „predschválené úvery“, kedy banky svojim klientom na základe ich finančnej situácie, spravidla odsledovaných mesačných kreditných obrátov na účte, resp. po splnení iných podmienok, ponúknu prevádzkový úver v určitej konkrétnej výške za určitú úrokovú sadzbu, ktorý môže na základe podpísanej úverovej zmluvy podnikateľ ihneď čerpať bez zbytočnej administratívy. O výške takto predschváleného úveru informujú banky podnikateľa písomne resp. ústne. Aktuálnu výšku predschváleného úverového limitu (výšku úveru) sa podnikateľ dozvie v niektorých bankách z výpisu z bankového účtu resp. v internet bankingu. Výška takého úveru sa v bankách pohybuje max. do 35 000 Eur.

2.2 ZÁKLADNÉ PODMIENKY PRE POSKYTNUTIE ÚVERU

Pre posúdenie žiadosti o poskytnutie úveru musí žiadateľ predložiť banke ňou požadované dokumenty. Druh a počet dokumentov závisí od účelu, výšky a splatnosti požadovaného úveru. Banka na základe posúdenia týchto dokumentov (finančné výkazy a iných faktorov, napr. podnikateľskej histórie a dôveryhodnosť klienta) vyhodnotí tzv. „bonitu“ podnikateľa a rozhodne o možnosti poskytnutia resp. zamietnutia úverového obchodu.

Vojtěch Polidar vo svojej publikácii uvádza (1991, s. 57) , že „Skúška úverovej spôsobilosti je súčasťou prerokovania každej žiadosti o úver a predchádza poskytnutiu úveru. Jej účelom je *komplexne* zhodnotiť *všetky* riziká, ktoré vznikajú pre banku so vznikom a trvaním úverového vzťahu zo strany žiadateľa o úver. Na základe skúšky úverovej spôsobilosti sa banka rozhoduje, či a pri kladnom stanovisku, *za akých podmienok* úver povolí a poskytne.

Skúška úverovej spôsobilosti zahŕňa:

- skúšku právnych pomerov žiadateľa o úver
- skúšku osobnej dôveryhodnosti žiadateľa
- skúšku jeho hospodárskej situácie“. (vlastný preklad autora)

Pri rokovaníach v bankách sme zistili, že jedným z hlavných kritérií pri skúšaní úverovej spôsobilosti klienta je skutočnosť, či ide o existujúceho alebo nového klienta banky. Existujúci klienti v porovnaní s novými klientami sú vo výhode (v prípade „spoľahlivých

a verných klientov“), nakoľko banka už pozná ich finančnú situáciu z obrátov na bankovom účte, z čerpania iných bankových produktov úverových aj vkladových, zo skôr poskytnutých úverov pozná banka ich platobnú disciplínu, pozná ich sociálny status v spoločnosti, z rokovaní s klientom vie odhadnúť ich čestnosť, spoľahlivosť a iné „nefinančné faktory“, ktoré majú vplyv na tzv. „bonitu“ klienta.

Prieskumom bolo zistené, že **noví klienti** predkladajú pri štandardných úveroch v každej banke:

- žiadosť o úver – spravidla na tlačive konkrétnej banky v písomnej forme,
- výpis z obchodného alebo živnostenského registra, max. 3 mesiace starý (čím dokladujú svoju právnu subjektivitu),
- doklad o rozdelení BSM u živnostníkov,
- finančné výkazy za posledné 2 uzavreté zdaňovacie obdobia (žiadateľ o úver preukazuje nimi svoju hospodársku situáciu). Je to kľúčová časť previerky bonity podnikateľa:
 - u podnikateľov účtujúcich v sústave jednoduchého účtovníctva je to Výkaz o majetku a záväzkoch, Výkaz o príjmoch a výdavkoch a daňové priznanie a potvrdenie o podaní daňového priznania na daňový úrad,
 - u podnikateľov účtujúcich v sústave podvojného účtovníctva je to Súvaha a výsledovka, Poznámky, daňové priznanie a potvrdenie o podaní daňového priznania na daňový úrad,
- doklady k zabezpečeniu úveru, pri investičnom úvere (napr. list vlastníctva, znalecký posudok majetku, ktorý pôjde do zálohy banke...),
- pri účelovom úvere – dokladovanie účelu úveru (faktúry, kúpne zmluvy...).

Pri posúdení „bonity“ banka prihliada tiež na „dôveryhodnosť klienta“. Podľa Vojtěcha Polidara (1991, s. 60) **vecnými znakmi dôveryhodnosti** komitenta sú:

- stabilita finančného hospodárenia, ktorá sa posudzuje na základe ekonomických ukazovateľov ako rentabilita, obchodný obrát a pod.,
- presné a včasné plnenie všetkých zmluvných a platobných záväzkov, t. j., splácanie úverov, úrokov, záväzkov voči daňovému úradu, sociálnej a zdravotnej poisťovni, záväzkov voči obchodným partnerom,
- žiadne resp. minimálne reklamácie na výrobky, tovary a služby,
- včasné, úplné a vierohodné predkladanie účtovných výkazov a ostatných podkladov banke,
- stálosť pri voľbe banky a pobočky banky,
- dostatok peňazí na bankovom účte v čase žiadosti o úver.

U fyzických osôb sa medzi znaky dôveryhodnosti berú do úvahy aj rodinné pomery, osobné záujmy, stabilita zamestnania. (vlastný preklad autora)

V reálnej praxi posudzujú banky taktiež vyššie uvedené znaky dôveryhodnosti, resp. aj iné skutočnosti, čo už patrí do dôverných informácií.

Na základe posúdenia „bonity podnikateľa“ banka rozhodne o poskytnutí resp. zamietnutí žiadosti klienta o úver. Čím má klient vyššiu bonitu, tým je jeho pozícia pri rokovaní o poskytnutí úveru v banke výhodnejšia, čo sa prejaví v nižšej úrokovej sadzbe za úver, v nižších poplatkoch za úver, v zaručení úveru a v celkovej administratívnej záťaži spojenej s vybavením a poskytnutím úveru.

V prípade zamietnutia žiadosti o úver sa klient musí obrátiť na inú banku. V prípade schválenia úveru sa predkladajú ďalšie dokumenty (potvrdenia z daňového úradu, sociálnej

a zdravotnej poisťovne o tom, že klient nie je dlžníkom na daniach, sociálnom a zdravotnom poistení) a tiež sa skompletizujú doklady k zaručeniu úveru (záložné zmluvy, vinkulácie poisťiek, vinkulácie vkladov ... závislé od druhu zaručenia úveru), spíše sa úverová zmluva a podľa podmienok uvedených v úverovej nasleduje čerpanie úveru.

Podmienky na získanie úveru pre existujúcich podnikateľov – klientov banky sú menej prísnejšie. Popri niektorých bonitných klientoch stačia bankám daňové priznanie a finančné výkazy za 1 uzavreté zdaňovacie obdobie. Tiež pri niektorých úveroch poskytovaných s podporou EU stačia daňové priznanie a finančné výkazy za 1 uzavreté zdaňovacie obdobie, čím sa možnosť získania úveru pre klienta stáva dostupnejšou a v kratšom čase ako u štandardných úverov a pre nových klientov.

Výška úveru závisí od viacerých faktorov (spravidla od bonity klienta a tiež, či sa jedná o účelový alebo bezúčelový úver, resp. úver so zaručením alebo bez zaručenia) a pohybuje sa u skúmaných bánk nasledovne:

- krátkodobé prevádzkové (okrem kontokorentného úveru – kde jeho výška závisí od kreditného obratu na účte za 1 mesiac) od 3 000,00 Eur do 170 000,00 Eur (pri finančnej zábezpeke od 1 600,00 Eur do 332 000,00 Eur),
- strednodobé prevádzkové úvery (okrem kontokorentného úveru – kde jeho výška závisí od kreditného obratu na účte za 1 mesiac) od 3000,00 Eur do 170 000,00 Eur (pri finančnej zábezpeke od 1 600,00 Eur do 332 000,00 Eur),
- dlhodobé a strednodobé investičné úvery cca od 4 000,00 Eur do 500 000,00 Eur.

2.3 ÚROKOVÉ SADZBY

Podnikatelia za poskytnutie úveru platia banke úrok a bankové poplatky spojené s vybavením úveru. Úrok je cena za poskytnutie bankového úveru. Ročná úroková sadzba zjednodušene povedané, sa skladá zo základnej úrokovej sadzby (alebo EURIBOR, LIBOR, príp. PRIBOR v závislosti od fixácie úrokovej sadzby a meny obchodu) + obchodnej marže banky. Obchodná marža je stanovená bankou individuálne pre každý úverový obchod.

Výška úrokovej sadzby závisí od bonity podnikateľa, lehoty splatnosti úveru, účelu úveru, jeho výšky a zaručenia. Spravidla úvery, ktoré sú bezúčelové, nezaručené a s dlhšou dobou splatnosti majú vyššiu úrokovú sadzbu ako úvery účelové, zaručené a s kratšou lehotou splatnosti. Špeciálne úvery (napr. pre poľnohospodárov, zdravotníkov, pre členov vybraných profesijných združení) a úvery podporované zo zdrojov EÚ majú nižšie úrokové sadzby oproti štandardným úverom.

V skúmaných bankách sa ročné úrokové sadzby pohybovali u nových klientov nasledovne (nový klient je klient, ktorý žiada o úver v konkrétnej banke prvýkrát a nemá v banke vedený podnikateľský účet):

- krátkodobé prevádzkové úvery – cca 8 – 11 % p. a.
- strednodobé prevádzkové úvery - cca od 4 % - 14 % p. a.
- strednodobé investičné úvery a dlhodobé investičné úvery – cca od 3,5 % až 10 % p. a.

Keďže úroková sadzba priamo ovplyvňuje náklady spojené s čerpaním úveru (čím je vyššia, tým viac sa úver predražuje), odporúčame podnikateľom vo fáze uvažovania predovšetkým o strednodobom a dlhodobom úvere, aby si urobili sami alebo s pomocou finančného poradcu, resp. účtovníka firmy prieskum cca v 3-5 bankách (vrátane vlastnej banky) o výške ponúkanej úrokovej sadzby. Na základe takto získanej ponuky konkrétnej ročnej úrokovej sadzby (pri zohľadnení aj ostatných podmienok napr. poplatkov za úver a poplatkov za jeho zaručenie) sa až potom rozhodnúť, v ktorej banke budú úver čerpať. Toto

rozhodnutie ovplyvní ich finančnú situáciu na obdobie 4 až 15 rokov. Zmena úverových podmienok je možná aj v priebehu úverového vzťahu s bankou, ale táto zmena je spojená takmer vždy s ďalšími bankovými poplatkami.

Existujúcim klientom poskytujú banky úvery na základe individuálneho prístupu a spravidla za nižšie úrokové sadzby ako u novým klientom.

2.4 POPLATKY ZA ÚVER

Za poskytnutie úveru banky účtujú podnikateľom poplatky podľa duhu konkrétneho úveru. Poplatky zverejňujú banky v Cenníku resp. v Sadzobníku poplatkov v priestoroch banky a na svojich web-stránkach. Prieskumom bolo zistené, že všetky banky účtujú za poskytnutie úverov poplatky. Ich výška sa pohybuje od konkrétneho druhu úveru u štandardných úverov od 0,70 % až 1 % z výšky úveru, min. 100,00 Eur až 166,00 Eur. Pri účtovaní poplatkov za poskytnutie úveru poskytujú banky existujúcim bonitným klientom na základe výnimky aj nižšie poplatky ako sú v cenníku (sadzobníku). V určitom období v rámci „rôznych akcií“ sú niekedy pre klientov dostupné aj úvery bez poplatkov resp. so zníženým poplatkom.

Prieskumom bolo zistené, že za posúdenie žiadosti za úver ani jedna banka neúčtuje poplatok.

2.5 ZABEZPEČENIE ÚVERU

Všetky skúmané banky vyžadujú od klienta zaručenie úveru. Forma zabezpečenie závisí od výšky, splatnosti a druhu úveru, tiež aj od bonity klienta. Zaručiť za úver sa môže podnikateľ buď majetkom obstaraným z úveru alebo iným majetkom akceptovaným bankou resp. bianco zmenkou.

Formy zabezpečenia za úver sú:

- bianco zmenka, resp. notárska zápisnica (využíva sa pri krátkodobých prevádzkových úveroch, je to najčastejšia forma zaručenia prevádzkových úverov),
- hnutelný majetok podnikateľa alebo ručiteľa (stroje, zariadenia, bonitné pohľadávky – spravidla pri prevádzkových strednodobých úveroch a dlhodobých úveroch),
- nehnuteľný majetok podnikateľa alebo ručiteľa (povinná forma za ručenie investičných strednodobých a dlhodobých úverov),
- finančné prostriedky na vkladových na účtoch
- ručenie ručiteľom.

Agentúra WakeUp, ktorá je obchodnou značkou spoločnosti CreditCall, s.r.o. na základe zadania bývalej Národnej agentúry pre rozvoj malého a stredného podnikania (NARMSP), dnes Slovenská podnikateľská agentúra – Slovak Business Agency (SBA) uskutočnila vo februári 2013 prieskum (ANALÝZA, 2013) zameraný na financovanie mikropodnikov a začínajúcich podnikov. Analýza vypracovaná z tohto prieskumu poukazuje na skutočnosť, že približne jedna tretina živnostníkov, mikro a malých podnikov nevyužila v uplynulých 12 mesiacoch žiadne externé zdroje. V prípade, že títo podnikatelia využili niektorý z externých zdrojov, bol to najčastejšie bankový úver, resp. povolené prečerpanie bankového účtu. Viac ako dve tretiny podnikateľov bolo úspešných pri žiadosti o bankový úver. Najčastejšia požadovaná výška úveru bola v intervale od 10 000 Eur do 30 000 Eur a najmenej podnikateľov (takmer tretina), žiadalo o úver vyšší ako 500 000 Eur. Najčastejším účelom využitia úverových prostriedkov bolo krytie prevádzkových potrieb (až 71,5 %

prípadoch), nákup nehnuteľného majetku, dopravných prostriedkov alebo strojov a potom to boli iné dôvody. V 33,3 % prípadoch podnikatelia neručili za úver (banka nevyžadovala ručenie), vo viac ako jednej tretine prípadov ručili podnikatelia za úver nehnuteľným majetkom, potom nasledovalo ručenie blanco zmenkou, pohľadávkami, napokon ručenie inou osobou, hnutelným majetkom a zásobami. Najčastejším dôvodom zamietnutia úveru (až 42,3%) bolo nedostatočné zabezpečenie úveru, slabý úverový rating, nedostatočná podnikateľská história, nedostatok vlastných zdrojov a až 16,7 % podnikateľov nepozná dôvod zamietnutia úveru.

Až 30,3 % podnikateľov považuje za najdôležitejší limitujúci faktor pri získavaní úveru vysoké úrokové miery, neochotu bánk poskytovať úvery (myslí si to 22,3 %) ako aj nevhodné všeobecné ekonomické podmienky (myslí si 21,6% podnikateľov). (ANALÝZA, 2013)

ZÁVER

Zovšeobecnením informácií z prieskumu urobeného vo vybraných bankách na Slovensku (ČSOB, UniCredit a VUB) ako aj z našich dlhoročných poznatkov a skúseností o úverovaní malých a stredných podnikateľov komerčnými bankami na Slovensku vyplýva, že v prvých 2 – 3 rokoch podnikania majú živnostníci, mikro a malé podniky minimálnu šancu získať zdroje na začatie podnikania formou štandardného bankového úveru i napriek širokej škále a mnohým možnostiam poskytovaných bankových úverov. K tomuto stavu dochádza z dôvodu, že banky u nových klientov požadujú finančné výkazy za ucelené dvojročné zdaňovacie obdobie podnikania.

V reálnej praxi sa za začínajúceho podnikateľa podľa Obchodného zákonníka a Živnostenského zákona považuje podnikateľ pri jeho vzniku. Pre banku sú začínajúci podnikatelia tí podnikatelia, ktorí podnikajú 2 – 3 roky. Začínajúci podnikatelia sa preto musia pri štarte podnikania spoliehať nie na banku, ale na vlastné a iné zdroje financovania svojich podnikateľských zámerov (ako pôžičky od rodiny a známych, leasing, štátnu podporu vo forme príspevkov na podnikanie, ktoré sú však pre finančne náročnejšie projekty nepostačujúce). O niečo priaznivejšia situácia v získaní bankového úveru je pre „existujúcich klientov bánk“ a to pre podnikateľov, ktorí vykazujú dostatočné obraty na bankovom účte. Títo podnikatelia, môžu získať prevádzkový bankový úver už po predložení finančných výkazov po 1 ucelenom roku podnikania. Ďalšou možnosťou získať bankový úver po jednom ucelenom roku podnikania pre začínajúcich živnostníkov, mikro a malé podniky sú úvery so zárukou Európskej únie.

Z vyššie uvedených skutočností vyplýva, že možnosť zabezpečiť si pri začatí a rozbehu podnikania v prvých dvoch rokoch dostatočný objem kapitálu z bankových zdrojov je v reálnej praxi nemožná. Táto skutočnosť predstavuje závažnú bariéru podnikania najmä pre investične náročnejšie podnikateľské projekty.

Keďže MSP sú dôležitým pilierom zamestnanosti SR je potrebné, aby sa do budúcnosti zvýšila podpora týchto podnikateľov od inštitúcií riadených štátom formou rôznych príspevkov, dotácií, grantov a programov ako aj zabezpečenie informovanosti podnikateľov o týchto formách podpory.

LITERATÚRA

- Fotr, J. 1999. Podnikatelský plán a investiční rozhodování. 2.vyd. Praha : Grada Publishing, spol. s r.o. , 1999. ISBN 80-7169-812-1.
- Ježková, R. – Ježek, J. 2011. Podnikanie a jeho komunálna a regionálna podpora. Bratislava: EUROKÓDEX, s.r.o., 2011. ISBN 978-80-89447-47-3.
- Polidar, V. 1992. Management úvěrových obchodů bank. 2. upravené vydání. Praha: ECONOMIA, a.s. , 1992. ISBN 80-85378-04-3.
- Strážovská, H. a i. 2009. Podnikanie. Bratislava : MERKURY spol. s r.o., 2009. ISBN 978-80-89143-79-5.
- Šulajová, I. – Králik, J. 1997. Podnik v trhovej ekonomike. Banská Bystrica : UMB Fakulta politických vied a medzinárodných vzťahov, 1997. ISBN 80-8055-057-3.
- Dostupné na internete: <<https://www.csob.sk/podnikatelia-firmy/zoznam-produktov/podnikatelia-male-firmy>>.
- Dostupné na internete: <<https://www.csob.sk/dolezite-dokumenty/sadzobniky-poplatkov>>.
- Dostupné na internete: <<http://www.unicreditbank.sk/sk/O-banke/Uziticne-informacie/Urokov-sadzby>>.
- Dostupné na internete: <<http://www.unicreditbank.sk/sk/Podnikatelia>>.
- Dostupné na internete: <<http://www.vub.sk/pre-podnikatelov/uvery-financovanie/>>.
- CreditCall, s.r.o. 2013. *Analýza financovania mikropodnikov a začínajúcich podnikov*. [online]. Analýza z februára 2013. [Cit. 15. septembra 2014]. Dostupné na internete: <http://www.sbagency.sk/sites/default/files/file/financovanie_mikropodnikov_2013.pdf>.

Autor:

Ing. Marta Markovičová – externý doktorand

Ekonomická univerzita v Bratislave

Fakulta podnikového manažmentu, Katedra podnikovohospodárska

Dolnozemska cesta 1

Bratislava 852 35

Slovensko

Tel: 00 421 907 436 500

e-mail: uctomarta@gmail.com

Recenzenti:

doc. Ing. Monika Zatrochová, PhD.

doc. Ing. Irina Bondareva, CSc.

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЦЕССОМ ПРОИЗВОДСТВА ШВЕЙНЫХ ИЗДЕЛИЙ В ВИРТУАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

PECULIARITIES MANAGEMENT OF PROCESS MANUFACTURE OF GARMENTS IN VIRTUAL ORGANIZATION

Нефедова Лариса Вячеславовна – Афанасьева Анна Ивановна

Abstract Under the conditions of rapidly changing assortment of garments in the consumer market virtual enterprises are the most modern form of the production process, which allows to elaborate flexible business- strategies to support the full life cycle of a product and create a fundamentally new opportunities for development.

Purpose of the article Formation of approaches to the management of production processes of virtual organization.

Methodology/methods: Methods of forming of flexibility of sewing enterprise considering of the life cycle of a product.

Scientific aim Development of new and improvement of existing methods of managing a virtual organization for production sewing products, taking into account the features of all stages of the product life cycle.

Findings Virtual enterprises in the garment industry are the modern form of the organization and provide the most efficient use the potential of resource management for the life cycle stages of the collection based on the formation of new management systems.

Conclusions (limits, implications etc.) Introduced the concept of the life cycle of the collection, which allows structuring process of creating a sewing products and highlight the main stage of the production process. Proposed the structures of clothing companies for different types of strategies and highlights the major indicators of life cycle stages of the collection.

Keywords: Virtual Organizations, clothing industry, the life cycle of collection, development models of sewing enterprise.

JEL Classification: M11, M21, L67

ВВЕДЕНИЕ

Под влиянием развития технологий, появления е-экономики повысился и темп изменений, реализовать который под силу только новым формам организации процессов создания продукции – виртуальным организациям (ВО).

Виртуальные организации чаще всего применяются там, где приходится гибко реагировать на требования рынка и в тех сегментах рынка, где собственное производство не может создать конкурентного преимущества. Большинство российских производителей швейных изделий активно пользуются услугами контрактников. Основной плюс виртуальной компании — динамика и снижение накладных расходов. Этого вполне достаточно, чтобы при прочих равных условиях иметь конкурентное преимущество.

Такие условия ведения бизнеса выдвигают все более жесткие требования к качеству и количеству формируемой информации о результатах деятельности предприятия. На первый план выдвигается задача по формированию информации о затратах и результатах, которая будет способствовать принятию не только оперативных, но, главным образом, стратегических решений, направленных на успешное долгосрочное развитие предприятия. Решение этой задачи требует разработки новых подходов и методов управленческого учета ресурсов предприятия.

1 СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ ВИРТУАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ НА ОСНОВЕ КОНЦЕПЦИИ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА

Виртуальная организация — новейшая и потенциально наиболее важная форма бизнес-организаций из тех, что появились в течение последних десятилетий. Новая модель стала возможной в результате развития наисовременнейших технологий, самой значимой из которых является Интернет, и зависит от них. Она предлагает бизнес-сообществу возможность снизить издержки, повысить гибкость и предложить свой товар всему миру сразу. Активы теперь можно распределять, а не концентрировать; важность физического расположения сейчас влияет на эффективность гораздо меньше. Высокая скорость обмена информацией позволяет людям работать в команде, даже если их разделяют тысячи километров. Потребитель становится доступным: товары и услуги можно продавать без торговых фирм, не видя покупателя и не тратя время на операции погрузки - разгрузки товара. Все это открывает множество возможностей. Современные технологии создают новые экономические формы.

Управление виртуальной организацией представляет собой комплексную задачу. Оно отличается от управления традиционными компаниями, но не полностью, действительно, важны все те же давно известные задачи - маркетинг, бухгалтерия, управление финансами, эксплуатацией или персоналом. Однако природа этих задач в виртуальной организации меняется, требуя дополнительного набора функций; что наиболее важно - здесь необходима разработка и формирование новых систем управления. Трудно сказать, что более опасно: неудача в освоении новых технологий, необходимых для виртуальных организаций, или непонимание того, что наработанные ранее навыки остаются жизненно важными для успеха бизнеса. [Уорнер М., 2005]

Виртуальные компании имеют много тех же особенностей, что и их традиционные двойники: им необходимы финансы, их штат состоит из людей: они продают товары и услуги клиентам. Однако виртуальные организации представляют собой нечто иное, и на передний план выходят другие навыки, такие, как навыки

коммуникации, обучения, оценки и определения ценности знаний, при этом возникают проблемы эффективного управления ресурсами в новых организационных формах предприятия. Виртуальные организации несут в себе огромный потенциал, но чтобы заставить их работать и реализовать свою ценность необходима смена парадигмы или модели мышления. По некоторым оценкам, в экономически развитых странах в 2010 году почти 90% организаций, занимающихся бизнесом, используют те или иные формы виртуальных компаний.

Виртуальные организации нельзя рассматривать как формулу легкого успеха: просто приняв новую модель, нам не удастся автоматически снизить издержки и увеличить прибыль. Скорее виртуальные организации представляют собой сложную идею, приступить к реализации которой следует очень внимательно: подобно всем сложным концепциям, эта также не лишена риска. Виртуальные организации основаны на том, что знания компании становятся самым важным источником ее конкурентного преимущества.

В то же время виртуальное предприятие полностью ориентировано на заказчика, поскольку его основные характеристики — это быстрота выполнения заказа (minimal time-to-market) и полнота удовлетворения требований клиента. С включением заказчиков и исполнителей в единую открытую организационную структуру границы между взаимодействующими предприятиями становятся довольно нечеткими, прозрачными и подвижными. Уровень партнерских отношений между поставщиками и клиентами возрастает: преуспевание одних есть необходимое условие преуспевания других.

Поэтому в первую очередь требуется построить модели взаимоотношений производителя с заказчиком, поставщиком, подрядчиком и пр., отработка которых позволяет достигнуть большей гибкости и реактивности предприятия.

С учетом выше сказанного, можно выделить ключевое достоинство виртуальных форм организаций: возможность выбирать и использовать наилучшие ресурсы, знания и способности с меньшими временными затратами. Из этого достоинства и самой сетевой организации вытекают такие основные конкурентные преимущества виртуальных предприятий, как:

- скорость выполнения рыночного заказа;
- возможность снижения совокупных затрат;
- возможность более полного удовлетворения потребностей заказчика;
- возможность гибкой адаптации к изменениям окружающей среды;
- возможность снизить барьеры выхода на новые рынки.

Потенциальная возможность гибкости виртуальных предприятий кроется в реализации радикальных изменений стратегии при низких затратах и рисках, так как эксплуатационные издержки низки, это позволяет быстро реструктурировать и заново разворачивать активы. Повышение внутренней эффективности бизнеса за счет аутсорсинга является дополнительным преимуществом в современных условиях хозяйствования, при этом для российских компаний это не так важно как для западных. Сейчас им гораздо важнее угнаться за рынком, осуществить экспансию в регионы. Но в некоторых отраслях оболочечная модель уже актуальна, и компании успешно ее осваивают, становясь «дирижерами» бизнес-цепочек. В большинстве отраслей сегодня уже есть достаточные производственные мощности, на которых можно выпускать свой продукт, дистрибьюторские компании и розничные сети готовы его продавать, а маркетинговые агентства — исследовать рынок и потребителей. Проблема лишь в том, как найти таких партнеров и убедиться в их полной надежности. Иногда на это уходит

очень много времени и денег, а результат оказывается не слишком впечатляющим. Однако опыт компаний, которые смогли наладить подобное взаимодействие, показывает: можно быть эффективным производителем и без собственного производства.

Любой бизнес включает процессы координации — финансовых потоков, материалов, людей и проч. Вопрос в том, сколько эти процессы стоят. В прошлом веке внутренние транзакции обходились дешевле, чем внешние, поэтому компании стремились создавать вертикально интегрированные структуры и за счет масштаба снижали издержки. Но в последнее время, особенно в связи с развитием информационных технологий, аутсорсинг стал более выгодным. На рынке появились фирмы-специалисты, услуги которых стоят меньше, чем поддержка аналогичных процессов внутри компании. Этим и пользуются виртуальные организации.

Анализ деятельности субъектов индустрии моды показал, что в настоящее время само понятие предприятия, традиционно определяемого как обособленная производственно-технологическая организация, объединяющая рабочую силу со средствами производства для выпуска товаров и услуг, утрачивает свои сущностные характеристики обособленности, пространственной и территориальной локализации. Получают развитие виртуальные организации, т.е. организации, в которых границы между участниками, ресурсами и подразделениями размыты благодаря интенсивному информационному обмену. [Вютрих Х.А., 2000]

Многие российские компании научились передавать на аутсорсинг вспомогательные функции, и теперь добрались до основного производства. В свою очередь владельцы предприятий осознали преимущества контрактного производства и предлагают свои услуги всем желающим. Но развитию виртуальных организаций мешает отсутствие достойных исполнителей. Проблема в том, что в России нет достаточного числа качественных, взаимозаменяемых и конкурирующих между собой производств. Ситуация осложняется и тем, что российские компании не в состоянии помочь потенциальным «контрактникам». Благодаря четким стандартам производства и отлаженной системе контроля «контрактника» можно приучить работать так, как нужно заказчику. «Подавляющее большинство российских производителей не дошли до такого уровня осмысления своих процессов и умения их контролировать.

Необходимо оптимизировать процессы разработки, развивать сотрудничество и разрабатывать продукцию, в точности удовлетворяющую заданным характеристикам. Данная форма организации предприятия в швейной промышленности влияет на процесс создания опытных моделей, сроки разработки продукции и способность компании лучше синхронизировать глобальную цепочку поставок, производственные мощности поставщиков, критические пути графика и каналы сбыта.

Виртуальные предприятия позволяют выбирать и использовать наилучшие ресурсы, знания и способности в процессе создания коллекции швейных изделий с меньшими затратами. Оптимизированное управление производственными процессами помогает координировать действия людей, работающих в различных экономических районах. Из этих достоинств и характеристики самого виртуального предприятия вытекают и новые возможности развития для швейного предприятия, связанного с потенциалом управления ресурсами по стадиям жизненного цикла модной коллекции, реализуемого в рамках расширенного предприятия.

Виртуальные предприятия в швейной промышленности делают наиболее эффективным использование интеллектуальных активов, управление информацией в соответствующем контексте, разработку гибкой бизнес-стратегии, направленной на

поддержку полного жизненного цикла изделия и создают для предприятия принципиально новые возможности развития.

Концепция жизненного цикла получила широкое распространение в экономике и менеджменте, но её именно использование в управлении организациями приобретает особую важность в силу специфических особенностей функционирования виртуальных предприятий.

Жизненный цикл товара - это промежуток времени от замысла до снятия продукта с производства и окончания продаж. Этапы разработки и традиционного жизненного цикла товара представлены на рис. 1.

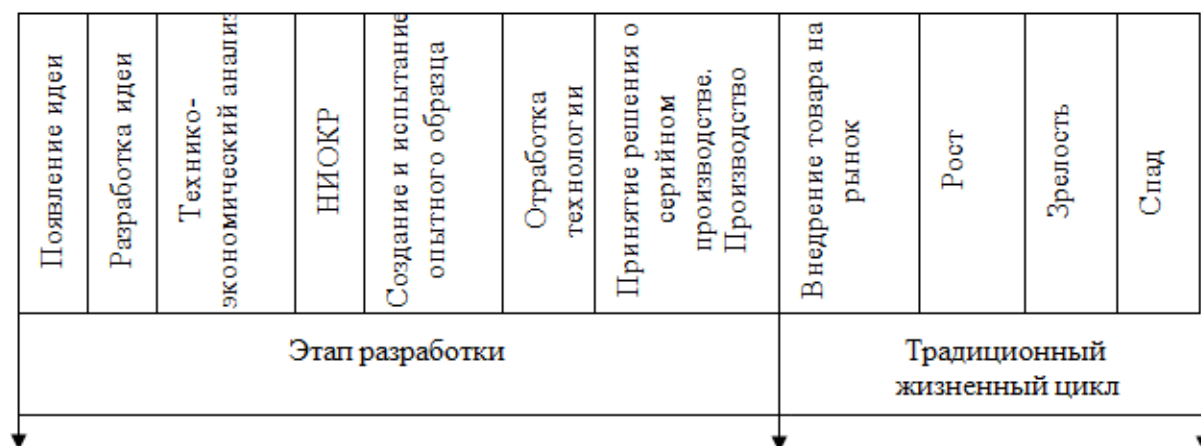


Рисунок 1: Основные этапы жизненного цикла товара

Как показывают результаты обобщения исследования по жизненному циклу товара, содержание этапа разработки может варьироваться в зависимости от отрасли и организации производственного процесса предприятия. Этап разработки позволяет более полно учитывать использование ресурсов в процессе создания товара и учитывает изменение потребностей рынка еще на этапе планирования и создания идеи товара, а также производственный потенциал предприятия.

Жизненный цикл товара - совокупность взаимосвязанных процессов создания и последовательного изменения состояния продукции от формирования к ней исходных требований до окончания её эксплуатации или потребления; основные стадии жизненного цикла: разработка, изготовление, обращение и реализация, эксплуатация или потребление, утилизация.

Стадия ЖЦ изделия – выделяемая его часть, характеризующаяся (с достаточной долей условности) спецификой направленности работ, производимых на каком либо этапе ЖЦ и конечными результатами.

ЖЦ изделия может быть разделен на следующие стадии [Ильдеменов С.В., 2009]:

1. Маркетинговые исследования и определение актуальной потребности рынка.
2. Научно-исследовательские работы (НИР): фундаментальные, поисковые, прикладные.
3. Техническая подготовка производства, включающая:
 - этап конструкторской подготовки производства (КПП);
 - этап технологической подготовки производства (ТПП);
 - организационно-плановую подготовку производства (ОППП).

4. Производственная стадия.
5. Сервис потребителей товара.
6. Эксплуатация товара.
7. Утилизация товара.

Деление стадий ЖЦ отраженное в ISO не в полной мере отвечает принципам классификации по месту и времени, так как в значительной степени формализовано. Например, в классической модели жизненного цикла изделия затруднено определение длительности этапов и периодов, характеризующихся кривой ЖЦ, определяемых спецификой предприятий по производству швейных изделий.

При этом для предприятий швейной промышленности целесообразно выделить в отдельный этап организационно-технологическую подготовку производства и этап технико-экономического обоснования создания коллекции.

Выделение и структурирование этапов создания жизненных циклов товара дает возможность анализа изменений на различных уровнях управления предприятием.

Анализ жизненного цикла изделия (ЖЦИ) позволяет:

- определять последовательность этапов развития ЖЦИ;
- прогнозировать сбыт, планировать производственную программу;
- определять базисные стратегии на разных этапах ЖЦИ;
- качественно охарактеризовать каждый этап развития ЖЦИ;
- учитывать формирование затрат по этапам ЖЦ;
- Оценивать результаты по этапам ЖЦ.

Анализ деятельности субъектов индустрии моды показал, что продуктом, получаемым на выходе из производственной системы, является коллекция изделий, объединенных общей идеей и целью.

Для предприятий по производству швейных изделий под производством нового изделия (создание современной высококачественной одежды массового производства, ориентированной на потребности общества) понимают производство серии изделий или «коллекции». Так как основным элементом любой производственной системы является сам процесс производства изделия, то особое значение при создании «коллекции» имеет знание и учет конкретных условий промышленного производства.

Системный подход к созданию коллекции на уровне промышленного производства осуществляется (независимо от типа коллекции) последовательными этапами и зависит от условий и возможностей конкретного производства и концепции развития ассортимента.

С целью структурирования процесса создания одежды на предприятиях по производству швейных изделий введем понятие «жизненный цикл коллекции». **Жизненный цикл коллекции - период времени от момента принятия решения о создании коллекции одежды до прекращения сбыта.** Основные этапы включают:

1. Принятие решения о разработке коллекции.
2. Анализ рынка.
3. Формирование концепции коллекции.
4. Разработка коллекции.
5. Технико-экономический анализ коллекции.
6. Организационно-техническая подготовка производства (ОТПП).
7. Производство коллекции.
8. Реализация коллекции.

Введение понятия жизненного цикла коллекции позволяет структурировать процесс создания швейных изделий, выделить основные элементы системы и их взаимосвязь в рамках конкретной организационной структуры. Для коллекций швейных изделий длительность этапа разработки может варьироваться в зависимости от вида создаваемой коллекции и может быть больше или меньше длительности жизни изделия на рынке (рис. 2).

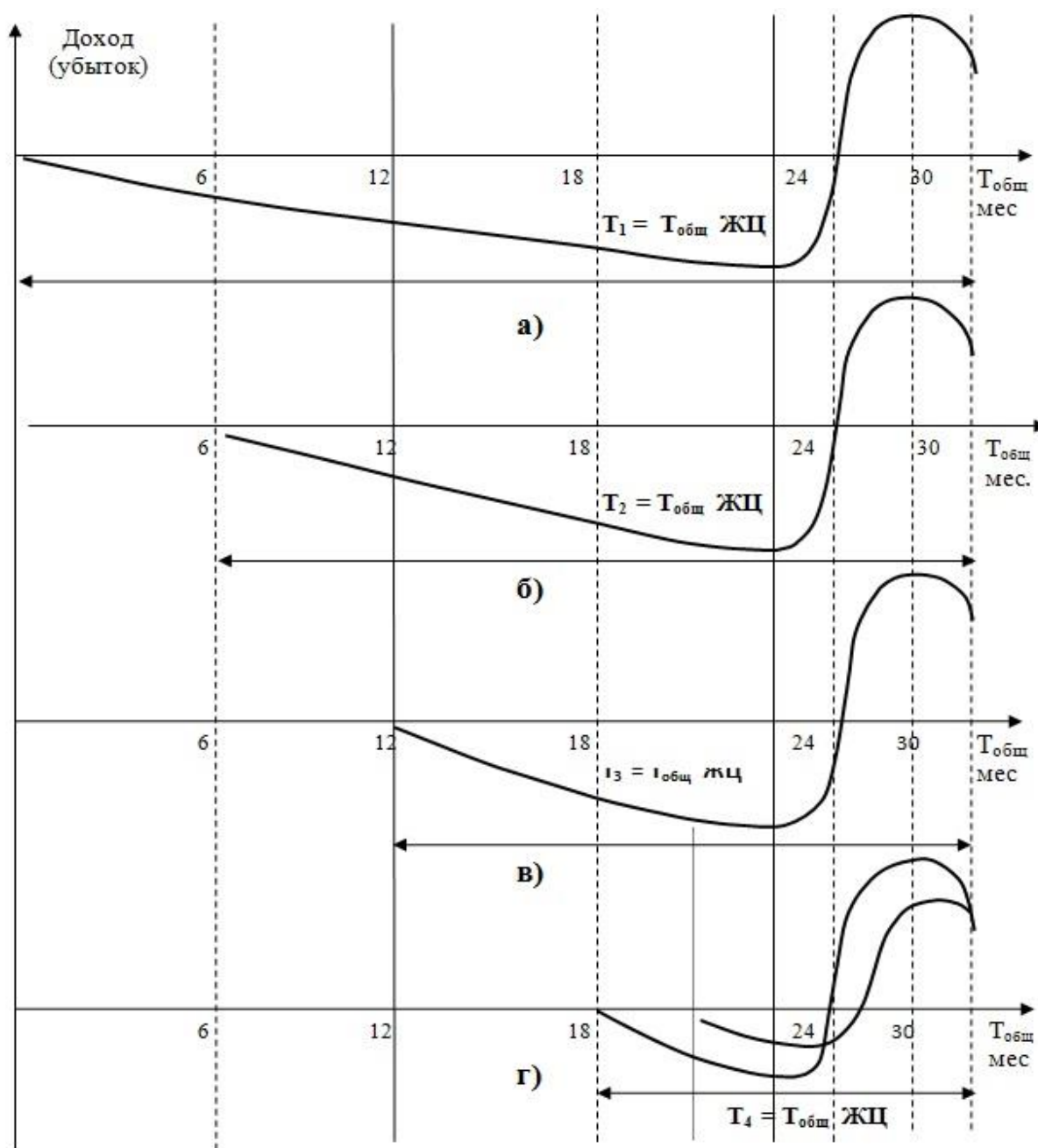


Рисунок 2: Длительность создания коллекции швейных изделий для различных субъектов моды: а – длительность основных этапов ЖЦ модной тенденции; б – длительность основных этапов ЖЦ перспективной и модной коллекции; в – длительность основных этапов ЖЦ промышленной коллекции; г – длительность этапов ЖЦ коллекции тиражирования и копирования

Источник: разработан авторами

Жизненный цикл коллекции включает в себя все этапы «жизни» коллекции изделий, т.е. время, в течение которого идея превращается в продукт. В том числе это время включает в себя период разработки новой коллекции, её освоения и изготовления на предприятии вплоть до снятия с производства, а также время реализации коллекции. Использование этапов жизненного цикла коллекции обеспечит более полной и достоверной для анализа затрат и результатов в процессе создания коллекции и позволит рационализировать пропорциональность распределения ресурсов по стадиям, определять продолжительность работ на данных стадиях и величину резервов ресурсосбережения.

Жизненный цикл продукции виртуальной организации — набор обычно последовательных фаз, количество и состав которых определяется потребностями процесса производства и управления виртуальной организацией. Концепция жизненного цикла — это модель её деятельности во времени, определяющая различные ситуации в процессе создания продукции (логически-временная структура деятельности организации).

Виртуальная форма организации предприятий по производству швейных изделий позволяет повысить эффективность деятельности предприятий, более гибко и оперативно реагировать на запросы российского потребительского рынка и изменение мировых модных тенденций. Позволит обеспечить своевременное взаимодействие субъектов, участвующих в разработке, производстве и распределении модных коллекций, как между собой, так и с потребителем, учитывать и гибко реагировать на потребности российского рынка одежды.

При разработке инструментария управления ресурсами следует учитывать особенности характера управления жизненным циклом коллекции моделей одежды с учетом организации производственного процесса и степени реализации моделей развития швейного предприятия.

В современных условиях швейные предприятия вынуждены самостоятельно разрабатывать перспективные и промышленные коллекции одежды. Создание и внедрение новых моделей швейных изделий на предприятии осуществляется на основе изучения направлений развития моды и потребительского спроса.

Формирование системы управления ресурсами должно осуществляться с учетом особенностей организации производственного процесса и реализации таких моделей развития швейного предприятия, как:

1. Рынок – швейное производство – рынок.
2. Идея – швейное производство – рынок.

Структура швейного предприятия для модели «Рынок - швейное предприятие - рынок» представлена на рис. 3.



Рисунок 3: Структура швейного предприятия для стратегии «Рынок - швейное предприятие - рынок»

Источник: разработан авторами

На рис. 3. приняты следующие обозначения: ЭЦ – экспериментальный цех; ПРП – подготовительно-раскройное производство; ШЦ – швейный цех; СГП – склад готовой продукции.

Модель «Рынок – Рынок» характерна для малых предприятий, занимающихся созданием коллекций на основе копирования и тиражирования уже представленных на рынке коллекций. Данная стратегия предполагает построение ассортиментной политики только на анализе покупательского спроса на данный момент времени, что вызывает необходимость дополнительного вложения средств в сокращение сроков разработки коллекции на основе использования информационных технологий. Это позволяет сокращать время создания и внедрения моделей в производство, т.е. приводит к сокращению ЖЦТ на стадии маркетинговых исследований и внедрения.

Структура швейного предприятия для стратегии «идея - швейное производство - рынок» представлена на рис. 4.

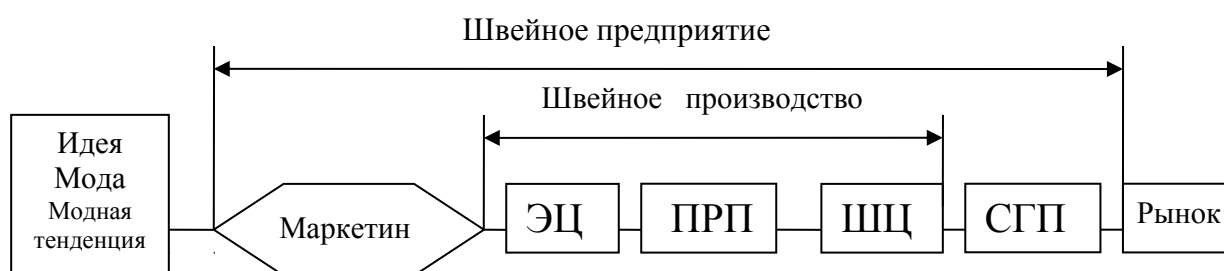


Рисунок 4: Структура швейного предприятия для стратегии «идея - швейное производство - рынок»

Источник: разработан авторами

Стратегия «Идея – Рынок» (рис. 4) характерна для предприятий, формирующих моду, модные тенденции, разрабатывающих перспективные модные коллекции и на этой основе создающих промышленные коллекции. Данная стратегия предполагает увеличение затрат на анализ развития тенденций моды, разработку и апробацию ассортимента. Это делает необходимым для предприятия усиление дизайнерско - конструкторского отдела и его взаимосвязи с функцией маркетинга. Внедрение информационных технологий и новых форм организации процесса производства позволит значительно сократить этап создания коллекции от момента принятия решения до начала производственного процесса. [Нефедова Л.В., 2013]

В таблице 1 представлены основные этапы жизненного цикла коллекции швейных изделий, выделены основные факторы и показатели, определяющие ориентиры для прогнозирования и анализа затрат и результатов.

Взаимодействие стратегии развития предприятия и факторов производственного процесса определяет содержание этапов жизненного цикла «коллекции» в производственном процессе и формирование системы управления ресурсами на каждом конкретном предприятии.

Анализ коллекций швейных изделий, видов их жизненных циклов, учет их взаимосвязи с длительностью модных тенденций, показал необходимость совершенствовать систему управления ресурсами швейного предприятия по этапам жизненного цикла. Это позволит обеспечить интеграцию персонала, производственных процессов, бизнес-систем и информацию об изделии для предприятия.

Таблица 1: Определение стадий жизненного цикла коллекции (изделия) и основных показателей по стадиям жизненного цикла.

Этапы ЖЦ модной коллекции		Содержание этапов ЖЦ в производственном процессе	Характеристика этапов жизненного цикла	Факторы, значимые для анализа ЖЦК	Основные экономические показатели
1	2	3	4	5	6
Время освоения	Этап разработки	Маркетинговые исследования Создание концепции коллекции Технико-экономический анализ коллекции	Период времени от начала исследований до получения данных анализа коллекции	Время: • маркетинговых исследований • разработки коллекции • технико-экономического анализа	Прогнозируемая Цена Себестоимость Прогнозируемая рентабельность, Прибыль, Прогнозируемые (фактические) затраты
		Конструкторская подготовка производства (КПП) Технологическая подготовка производства (ТПП) Организационно-плановая подготовка производства (ОППП)	Период времени от принятия решения о производстве коллекции до получения полного комплекта документов на коллекцию	Время: • конструкторской подготовки • технологической подготовки • ОППП	Трудоемкость (Тр конструктор., технолог.) Материалоемкость изделия, Прогнозируемые (фактические) затраты
Время производства и реализации	Производство	Подготовительно-раскройное производство Запуск и освоение коллекции	Период времени от начала раскройного процесса до запуска коллекции в производство	Время: • подготов.-раскройного производства • освоения	Трудоемкость Время освоения С/с производств, Прогнозируемые затраты
		Непосредственно производство коллекции на предприятии	Период времени в течение которого выпускается разработанная коллекция	Время: • производства коллекции	Трудоемкость Зарплатоемкость Фондоемкость С/с фактическ., Прогнозируемые (фактические) затраты
	Этапы внедрения, роста, зрелости, спада	Распределение и реализация коллекции в распределительные сети, посредникам, оптовой и розничной торговле.	Затраты времени, связанные с перемещением продукта от производителя к потребителю	Время: • Оформления документации на заказ • Формирования партии заказа • отгрузки • реализации	Цена оптовая Выручка Прибыль валовая Прогнозируемые (фактические) результаты деятельности

Источник: составлена авторами

Управление ресурсами по этапам ЖЦИ целесообразно вписывать в информационную структуру предприятия, что обеспечит в масштабе предприятия решения, стратегически необходимые для повышения эффективности деятельности предприятия.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Для успешного функционирования виртуального предприятия в швейной промышленности необходимо последовательное и эффективное использование современных и коммуникационных технологий с учетом жизненного цикла изделия при постоянном изменении рынка.

Система управления ресурсами по стадиям жизненного цикла изделия является одним из наиболее актуальных направлений совершенствования управленческого учета, поскольку именно выпускаемый продукт является главным источником текущей прибыли и будущих денежных потоков организации.

Содержание этапов ЖЦ коллекции предприятий индустрии моды, выделение факторов, наиболее значимых для принятия решений в процессе создания коллекции, и выделение основных показателей, являются ориентирами для прогнозирования и анализа затрат и результатов на этапах жизненного цикла.

ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ИСТОЧНИКИ

- Вютрих Х. А., Филлип А. Ф. «Виртуализация как возможный путь развития управления». Проблемы теории и практики управления, 2000, № 1
- Ильдеменов С.В., Ильдеменов А.С., Лобов С.В. Операционный менеджмент: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 337 с.
- Нефедова Л.В. Управление жизненным циклом изделий на предприятиях швейной промышленности. Дис. ... канд. экон. наук: 08.05.00. Москва, 2013.
- Уорнер М., Витцель М. Виртуальные организации. Новые формы ведения бизнеса в XXI веке/ пер. с англ. — М.: Добрая книга, 2005

Авторы:

преп. Нефедова Л.В., к.э.н.

кафедра экономики и менеджмента,

Московский государственный университет дизайна и технологии (МГУДТ)

Москва, ул. Садовническая, д. 33

Tel.: +7 -910- 474-8363, e-mail: larisa-nefedova@yandex.ru

доц. Афанасьева А.И., к.т.н.

кафедра экономики и менеджмента,

Московский государственный университет дизайна и технологии (МГУДТ)

Москва, ул. Садовническая, д. 33

Tel.: 8-495-951-11-20, e-mail: afanasjeva.any2012@yandex.ru

Reviewers:

doc. Ing. Sergej Rad'ko, DrSc.

doc. Ing. Irina Družinina, CSc.

ТРУДОВОЙ ПОТЕНЦИАЛ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ РАБОТНИКОВ

LABOUR POTENTIAL AND INTERACTION OF WORKERS

Пурыскина Валентина Анатольевна – Радько Сергей Григорьевич

Abstract Approaches to development of labour potential and construction of the organizational - economic mechanism of interaction of workers of the enterprise are considered. The opportunity of use of expansion of the list of components of labour potential, significant decisions for acceptance in personnel sphere is shown.

Purpose of the article Development of quantity indicators of a degree of influence of personal qualities and features of workers with representation of potential labour opportunities. Development of requirements to maintenance of effective labour process on the basis of revealing structure of components of labour potential.

Methodology/methods As methodological basis of research positions of the economic theory, the organization of work and the theory of management acted. Development of the approach to formation of the organizational – economic mechanism of interaction of workers was carried out on the basis of the situational and problem-oriented approaches to the analysis of decision-making processes in personnel sphere.

Scientific aim Development of the approach to formation of the organizational - economic mechanism of interaction of workers regarding, concerning management of personnel structure.

Findings The problem of formation of the organizational - economic mechanism of interaction of workers of the enterprises is determined in view of potential labour opportunities of personnel structure. The opportunity of expansion of the list of components of labour potential with a substantiation of their maintenance is shown.

Conclusions The problem of formation of the organizational - economic mechanism of interaction of workers of the enterprises is determined in view of potential labour opportunities of personnel structure. The opportunity of expansion of the list of components of labour potential with a substantiation of their maintenance is shown.

Keywords: labour potential, component, interaction of workers, management, personnel structure

ВВЕДЕНИЕ

Научные исследования, затрагивающие проблемы развития теории трудового потенциала, направлены на осуществление эффективной производственной деятельности и являются необходимым элементом экономики труда. Без объективного анализа трудового потенциала затруднено принятие грамотных управленческих решений, касающихся оценки использования в трудовом процессе психофизиологических и профессиональных характеристик работников. Отсюда вытекает необходимость создания подходов к управлению трудовым потенциалом, позволяющих формировать организационно-экономический механизм взаимодействия работников предприятия. Создание подробного механизма, учитывающего как реальные, так и потенциальные возможности работников, будет способствовать развитию теоретико-методологических основ трудового потенциала, позволяющих содержательно трактовать категорию «трудовой потенциал» и формировать эффективный механизм взаимодействия работников.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА

Управление персоналом является системным и планомерно организованным процессом, осуществляемым с помощью организационного, экономического и социального инструментария, воздействующего на кадровый состав с целью обеспечения эффективного функционирования производственного процесса. Сопутствующей целью является удовлетворение потребностей работающих в их профессиональном и личностном развитии. Процесс управления персоналом во многом определяется механизмом реализации развития трудового потенциала на предприятии.

Трудовой потенциал позволяет судить об ориентированной на труд совокупности характеристик личности, выражающей его потенциальные возможности и определяющей индивидуальное поведение в условиях профессиональной среды, так как он обеспечивает конкурентоспособность работника как специалиста. Совершенствовать профессионально-квалификационную структуру кадров с учетом основных целей предприятия целесообразно осуществлять на основе объективного анализа трудового потенциала.

Механизм взаимодействия работников предприятия на основе развития трудового потенциала, являясь средством реализации технологии управления кадрами, подразумевает воздействие на объект управления. Проблемой является обеспечение такого взаимодействия работников, которое способствовало бы бесперебойному функционированию системы управления кадрами и не ухудшало состояние трудового потенциала.

Особенности взаимодействия работников, несомненно, сказываются на качестве трудового потенциала. Но выявление такого взаимодействия всегда затруднено, так как требует использования междисциплинарного подхода. На данную проблему накладывается также отсутствие у многих представителей среднего производственного менеджмента ясного понятия относительно содержания трудового потенциала.

Системное и планомерное воздействие на персонал подразумевает наличие механизмов управления процессом. Взаимодействие работников, осуществляемое на основе межличностного общения в производственной среде, представляет собой сложный и многохарактерный процесс. Понятие механизма управления процессом отражает цикличность и непрерывность процесса управления персоналом, что

соответствует его сути и должно найти соответствующее отражение в определении. **Механизм взаимодействия** работников предприятия на основе развития трудового потенциала представляет собой **совокупность социально-экономических отношений, факторов и условий, возникающих в процессах воспроизводства трудового потенциала и регулирования процесса управления кадрами.**

Отсюда следует, что к задачам управления персоналом добавляется задача организации *процесса* развития трудового потенциала, являющегося механизмом реализации такой часто упускаемой функций управления персоналом, как управление трудовым потенциалом. Развитие трудового потенциала отражает достижение соответствия компонентов, определяющих целевую направленность предприятия, его основным целям (миссии). Уровень развития трудового потенциала характеризуется уровнем развития компонентов, выражаемым значениями их показателей в принятых единицах измерения. Значит, для оценки развития нужно иметь четкое представление о содержании компонентов, значимых для предприятия в конкретных условиях места и времени, а так же о перечне характеризующих их показателей.

Механизмом реализации процесса развития трудового потенциала является кадровая стратегия, конкретизированная под определенные цели предприятия. Регулирование механизма воздействия на работников, установленного в рамках кадровой стратегии, осуществляется методами, приемлемыми для повышения качества трудового потенциала, а так же средствами, доступными для достижения приоритетных целей.

Одними из требований к разработке механизма оценки эффективности функционирования любой системы являются объективность и достоверность. Значение для предприятия имеет так же ее совокупный, интегральный характер и количественная определенность. Рассматривая технико-экономические показатели трудового потенциала, можно выполнить оценку достижения величины социально-экономического эффекта путем выражения степени достижения поставленных целей. В основу разработки механизма оценки социально-экономической эффективности организации развития трудового потенциала могут быть положены следующие принципы.

1. Организация развития трудового потенциала обеспечивается системой показателей, включающих в себя различные иерархические уровни, отражающие степень достижения заданного результата.
2. Оценка эффективности организации развития трудового потенциала должна иметь количественное выражение и носить интегральный характер, то есть учитывать влияние всего комплекса факторов, воздействующего на него.
3. Конечный полезный результат, отражающий реальный социально-экономический эффект, может быть получен путем корректировки управленческих воздействий с учетом организационно-экономических особенностей трудовой деятельности.
4. Основным результатом, достигнутым в процессе создания организационно-экономического механизма взаимодействия работников предприятия, следует считать изменения в качестве трудового потенциала за конкретный период, отраженном через систему технико-экономических показателей.
5. Потребность предприятия в человеческих ресурсах может быть определена на основе взаимодействия работников предприятия с учетом развития трудового потенциала.

Управление трудовым потенциалом нередко выпадает из внимания руководящего состава несмотря на то, что вопросам управления персоналом уделяется много внимания. По определению, управление трудовым потенциалом – деятельность руководящего состава, направленная на повышение степени соответствия профессионально-квалификационных, личностных и психофизиологических характеристик работников основным целям предприятия. Подобная деятельность, несомненно, взаимосвязана с организационно-экономическим механизмом взаимодействия работников, т.е. с коммуникативным взаимодействием. Развитие коммуникативного взаимодействия с учетом особенностей трудового потенциала затруднено тем, что само понятие «трудовой потенциал» в сознании многих работников не является чем-то конкретным. Понятно, что упоминание потенциала позволяет говорить о наличии неких перспективных возможностей. Но возникает вопрос, каким образом эти возможности «ощутить», ими управлять и их развивать? На сегодняшний день существует возможность представления трудового потенциала в качестве компонентов, перечень которых приведен в [Радько С.Г., 2010, 140 с.]. Компоненты представляют собой личностные, психофизиологические и профессиональные характеристики работников. Каждая из них отражает процессы взаимодействия работников предприятия с учетом всего многообразия сложных и противоречивых межличностных отношений. Подобный подход позволяет в полной мере раскрыть содержание компонентов трудового потенциала и определить основные составляющие организационно-экономического механизма взаимодействия работников. В таблице 1 приведен фрагмент перечня компонентов трудового потенциала.

Таблица 1: Фрагмент перечня личностных, психофизиологических и профессиональных характеристик

1. Авторитарность	240. Тревожность
2. Агрессивность	241. Трудовая дисциплина
3. Адекватность	242. Трудолюбие
4. Аккуратность	243. Убедительность
5. Активность	244. Уверенность
6. Альтруизм	245. Уживчивость
7. Амбициозность	246. Узость взглядов
8. Аналитический склад ума	247. Умение договариваться
9. Бдительность	248. Умение концентрироваться
10. Бережливость	249. Умение мотивировать
11. Бескорыстие	250. Умение подать себя
12. Беспомощность	251. Умение сопереживать
13. Беспристрастность	252. Упертость
14. Благонадежность	253. Упорство
15. Благоразумие	254. Управленческие навыки
16. Богатство воображения	255. Упрямство
17. Бойкость	256. Уравновешенность
18. Болтливость	257. Уровень культуры
19. Вежливость	258. Усидчивость
20. Великодушие	259. Физиологические особенности

Сам перечень компонентов не является чем-то неизменным, не подлежащему изменениям. Тем не менее, к его расширению следует подходить взвешенно, так как

далеко не каждое качество работника может быть представлено в виде компонента трудового потенциала. В [Радько С.Г., 2010, 140 с.] приведено подробное обоснование того, что собой представляют компоненты и каким образом может быть расширен их перечень. Отметим главное.

1. Основным критерий представления характеристики работника в качестве компонента трудового потенциала является ее определение через сопоставление с какой-либо профессией.
2. Понятие «компонент» выражается одним-двумя словами за исключением редких случаев сочетания какого-либо понятия и фразеологизма, например, «способность» и «рутинная работа» – способность к рутинной работе. В указанном выше перечне представлено 285 компонентов, три из которых образовано сочетанием устойчивого понятия и фразеологизма: «Аналитический склад ума», «Способность к рутинной работе», «Стаж работы по специальности».

Расширенное представление компонентов всегда затрудняет понимание их сути, описания при этом становятся развернутыми. Если описание расширенное, то по сути компонент является компетенцией, а не структурным элементом трудового потенциала. Немаловажен и практический аспект, так как смысл компонента должен быть конкретизирован, понятен управленческим работникам и не противоречить устоявшимся представлениям в обществе. Смысл компетенции меняется в зависимости от целей организации. В отношении трудового потенциала подобного изменения следует избегать, так как перечень компонентов должен быть точным, содержательным и относится к различным областям трудовой деятельности. Если содержание характеристики работника позволяет соотнести ее с определенным родом трудовой деятельности (профессией), это служит достаточным основанием для включения ее в перечень.

В статье [Радько С.Г., 2013, С. 244-252] список из 285 компонентов дополнен компонентами «самообучаемость», «специальные способности», «саморазвитие», «самоидентификация» и «экономическое чутье». Каждая из характеристик несет отдельную смысловую нагрузку и как сама по себе, так и в расширенном представлении служит основой для:

- формулирования компетенций, способствующих развитию личностных, психофизиологических и профессиональных характеристик работников, обеспечивающих их способность проявлять знания и умения в профессиональной деятельности;
- формирования организационно-экономического механизма взаимодействия работников, обеспечивающего развитие трудового потенциала с учетом приоритетов предприятия.

Расширять перечень компонентов возможно на основе какого-либо одного из них, лексическое значение которого получило наибольшее распространение и закреплено в толковых или специализированных словарях. Например, в компонентах «Работоспособность», «Сенсомоторная способность», «Способность к рутинной работе» использовано понятие «способность». Наиболее известно и широко используется понятие «работоспособность», под которой понимается способность человека выполнять работу в необходимом количестве и с требуемым качеством. Работоспособность является свойством человека как субъекта деятельности и основана на воле. Известна категория «жизнеспособность», под которой понимается

устойчивость к жизненным проблемам и способность человека воспроизводить себя. Применительно к трудовому потенциалу жизнеспособность свидетельствует о наличии у работника способности решать проблемы, прямо или косвенно относящиеся к содержанию трудовой деятельности.

Сегодня получило распространение еще одно понятие, относящееся к категории «способность». Это «способность к инновациям», т.е. способность человека адаптироваться к нововведениям в различных сферах человеческой деятельности. Основа способности к инновациям – изменение сознания и поведения вслед за изменением внешних условий. Рассматривая способность к инновациям как характеристику человека, ее можно отнести к ряду личностных и профессиональных характеристик, включаемых в трудовой потенциал.

Широко используется такое понятие, как «способность к обучению», т.е. способность человека приобретать новые знания, умения, навыки. Как индивидуум, работник обладает уникальной сущностью, и, приобретая новые знания и умения, способствует качественному изменению в трудовом потенциале. Значит, указанные два компонента, «жизнеспособность» и «способность к инновациям», могут быть включены в перечень личностных, психофизиологических и профессиональных характеристик, выступающих в качестве компонентов трудового потенциала. С учетом представленных ранее компонентов общее их число равно 292.

Выделим некоторые особенности трудового потенциала, влияющие на взаимодействие работников. Обобщение теоретических подходов к анализу трудового потенциала позволяет определять смежные направления управленческой деятельности, способствующие формированию эффективного организационно-экономического механизма взаимодействия работников. Одним из таких направлений является выявление степени соответствия системы развития трудового потенциала и динамики развития отдельных компонентов. Решение данной задачи затруднено без выявления форм, методов и инструментов развития трудового потенциала. Выделение и использование подобного инструментария позволяет определять специфику системы мониторинга трудового потенциала с целью определения перспективной потребности в кадрах на основе повышения качества компонентов. Таким образом, для решения проблемы создания коммуникативного взаимодействия на основе профессионально-квалификационных, личностных и психофизиологических характеристик работников требуется учитывать практические аспекты развития трудового потенциала.

Качество трудового потенциала непосредственно имеет тесную связь с взаимодействием работников, и значит, влияет на эффективность трудовой деятельности. Целесообразно выделять основные направления управленческой деятельности и оценивать вклад работников руководящего звена в достижение поставленных целей предприятия. Профессиональная готовность управленческих работников к выполнению различных проектов может быть определена как методом взаимной оценки, так и иными методами. Оценка готовности управленцев к трудовой деятельности может быть выполнена путем выявления степени их удовлетворенности условиями и факторами, влияющими на их желание и возможности заниматься выбранной сферой деятельности. Одним из таких факторов следует считать качество компонентов трудового потенциала.

Трудно добиться улучшения только какой-либо одной сферы приложения трудовых способностей работников при формировании организационно-экономического механизма их взаимодействия. При реализации цели повышения профессиональных знаний и умений следует осуществлять мониторинг трудовой деятельности, укреплять взаимодействие рабочих в трудовом процессе, вовлекать их в

процесс подготовки и принятия хозяйственных решений, совершенствовать коммуникации внутри предприятия. Отметим необходимость создания структурного подразделения, отвечающего за регулирование кадровой политики. Как один из вариантов, возможно создание ассессмент-центра, занимающегося проблемами развития трудового потенциала. Важным представляется прием персонала с использованием процедур, позволяющих учитывать особенности индивидуального трудового потенциала претендентов на рабочие места и сопоставляющего их с процессами взаимодействия работников. Собственные ассессмент-центры в большей степени способны решать такие задачи, так как внешние не владеют сугубо специфическими особенностями предприятий. Методики могут взаимно дополняться, вырабатываться новые, ориентированные сугубо на развитие трудового потенциала. Типовые методики, которым обычно руководствуются привлеченные ассессмент-центры, целесообразно дополнять собственными разработками. Таким образом, создание и усиление собственных кадровых структур логическим путем будет способствовать развитию инструментария анализа организационно-экономического механизма взаимодействия работников на основе развития значимых для предприятий психофизиологических и профессиональных характеристик работников, включаемых в трудовой потенциал.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На сегодняшний день одним из направлений в теории трудового потенциала является раздел, в котором рассматривается взаимодействие работников на основе комплекса их личностных, психофизиологических и профессиональных характеристик. Определять подходы к совершенствованию технологий управления трудовым потенциалом с использованием существующего экономико-математического инструментария особенно актуально для реального сектора экономики. Подходы, касающиеся методов анализа и оценки трудового потенциала, содержат теоретические положения, позволяющие формализовать процесс управления кадровым составом с учетом качества компонентов трудового потенциала, определяющих реализацию миссии предприятия. Создание таких подходов позволит:

- обосновывать методологические подходы к формированию сбалансированной модели взаимодействия работников предприятия на основе развития трудового потенциала;
- формировать концептуальные основы развития системы качественного информационного обеспечения, влияющего на формирование эффективных взаимодействий на основе трудовых возможностей работников.

Разрешение проблемы достижения оптимального баланса между процессами, протекающими в социально-экономических системах, подобных трудовому потенциалу, становится возможным при соответствующей организации системы управления персоналом в виде механизма реализации целей управления предприятием. К выявленным социально-экономическим аспектам эффективности управления персоналом добавляется необходимость выбора эффективного механизма оценки трудового потенциала. Подобный механизм способствует решению проблемы организации управления взаимодействием работников. Важно отметить, что задача развития трудового потенциала возникает **всегда** независимо от того, признается она или нет. Любая оценка личностных, психофизиологических и тем более профессиональных характеристик работников представляет собой целостное выражение совокупной возможности коллектива для решения поставленных перед ним

производственных задач. Значит, развитие трудового потенциала отражает способности работников выполнять эффективную трудовую деятельность на текущий момент и в перспективе, а так же в полной мере соотносится с организационно-экономическим механизмом взаимодействия работников.

ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ИСТОЧНИКИ:

- Армстронг, М., 2012, Практика управления человеческими ресурсами. 10-е изд., Питер, Санкт-Петербург, 2012, 848 с., ISBN 978-5-459-01157-9, 0-7494-4631-5
- Афанасьева, А. И., Серова, Т. М., Радько, С. Г., Пурыскина В. А. Содержание трудового потенциала и выделение кадровых рисков. Ж. ГОУ ВПО «МГУДТ» «Дизайн и технологии». Сборник научных трудов, выпуск 7 (49) – М.: ИИЦ МГУДТ, 2007
- Афанасьева, А. И., Пурыскина В. А. Применение мониторинга в целях эффективности системы управления затратами на персонал. Slovak University of Technology in Bratislava. Institute of Management Department of Chemical and Food Technologies Actual Questions of Economic and Human Sciences '10 Bratislava, December 17, 2010 – Slovak Republic
- Бондарева, И. А., Генералова, А. В., Дружинина, И. А. Выбор оптимальных методов стратегического анализа и планирования на предприятии. In: časopis MANEKO č. 1, Oddelenie manažmentu CHaPT ÚM STU v Bratislave, Bratislava 2010, s. 3-11.
- Бухалков, М. И., 2012, Управление персоналом. Развитие трудового потенциала. ИНФРА-М, Москва, 2012, 192 с., ISBN 978-5-16-005500-8
- Вайндорф-Сысоева, М. Е., 2007, Педагогический потенциал инновационной деятельности в образовании: моногр. / М. Е. Вайндорф-Сысоева, Изд-во МГОУ, Москва, 2007, 130 с., ISBN 5-7017-1055-0
- Веснин, В. Р., 2015, Управление человеческими ресурсами. Теория и практика. Учебник. Проспект, Москва, 2015, 688 с., ISBN 978-392-16754-8
- Генкин, Б. М., 2007, Основания экономической теории и методы организации эффективной работы, Норма, Москва, 2007, 400 с., ISBN 978-5-468-00117-2
- Дружинина, И. А., Бондарева, И. А. Постановка коммерческого бюджетирования на предприятии. In: Наука в высшей школе. Сборник научных трудов, часть 13. Российский заочный институт текстильной и легкой промышленности, Москва 2009, стр. 121-126, (DRUZININA, I. – BONDAREVA, I.: Production of commercial enterprise budgeting. In: Science in high school. Collection of Scientific Papers, Part 13. Russian Correspondence Institute of Textile and Light Industry, Moscow, 2009, p. 121-126).
- Кибанов, А. Я., 2014, Оценка экономической и социальной эффективности управления персоналом организации. Учебно-практическое пособие. Проспект, Москва, 2014, 44 с., ISBN 978-5-392-13189-1
- Макарова, И. К., 2013, Управление человеческими ресурсами. Уроки эффективного HR-менеджмента. Дело, Москва, 2013, 424 с., ISBN 978-5-7749-0767-0
- Татур, Ю. Г., 2004, Компетентность в структуре модели качества подготовки специалистов // Высшее образование сегодня. 2004. № 3
- Равен, Дж., 2002, Компетентность в современном обществе: выявление, развитие и реализация, Когито-Центр, Москва, 2002, 369 с., ISBN: 5-89353-052-7, 0-7186-0481-4

- Радько, С. Г., 2007, Теоретические основы управления трудовым потенциалом, Просвещение, Санкт-Петербург, 2007, 387 с., ISBN 987-5-09-015725-4
- Радько, С. Г., 2010, Трудовой потенциал как социально-экономическая категория, Просвещение, Санкт-Петербург, 2010, 140 с., ISBN 978-5-09-020770-6
- Радько, С. Г., 2014, Компетенции как совокупный ожидаемый результат образования, Нестор-история, Москва • Санкт-Петербург, 2014, 204 с., ISBN 978-5-4469-0302-3
- Реймаров, Г. А., 2014, Комплексная оценка персонала. Инженерный подход к управлению качеством труда. ЛКИ, 2014, 424с., ISBN 978-5-382-01575-0
- Травин, В. В., Магура, М. И., Курбатов, М. Б., 2014, Развитие управленческого потенциала. Модуль 1. Учебно-практическое пособие. Дело, Москва, 2014, 102 с., ISBN 978-5-7749-0892-9
- Человек. Образование. Труд. / Под. ред. И. Ф. Симоновой, Изд-во ЦентрЛитНефтеГаз, Москва, 2008, 256 с., ISBN: 978-5-902665-38-0
- Словарь русского языка: в 4-х т. / РАН, Ин-т лингвистических исследований / Под ред. А. П. Евгеньевой, Т. 2. К – О. 4-е изд., стер., Полиграфресурсы, Москва, Рус. яз., 1999, 736 с., ISBN 5-200-02673-3 (т. 1. «Русский язык»); ISBN 5-200-02672-5 («Русский язык»); ISBN 5-87548-044-0 (т. 1. «Полиграфресурсы»); ISBN 5-87548-048-3 (т. 1 «Полиграфресурсы»)

Статья публикуется в рамках Договора о сотрудничестве между Словацким Техническим Университетом в Братиславе, СР и Московским государственным Университетом дизайна и технологий, РФ

Авторы:

ст. преп. В. А. Пурыскина

кафедра экономики и менеджмента института Экономики и менеджмента, Московский государственный университет дизайна и технологии
ул. Садовническая, д. 33,
8-905-538-22-64,
e-mail: valya076@yandex.ru

доц. С. Г. Радько, д-р. эк. н.

кафедра экономики и менеджмента института Экономики и менеджмента, Московский государственный университет дизайна и технологии
ул. Садовническая, д. 33,
8-903-124-22-69,
e-mail: av146886@comtv.ru

Reviewers:

doc. Ing. Alexej Antonov, CSc.
doc. Ing. Diana Šal'mieva, CSc.

POKYNY PRE AUTOROV

1. Články predložené k publikovaniu musia byť zamerané na ekonomickú a manažérsku problematiku.
2. Príspevky sa uverejňujú v slovenskom, českom, ruskom a anglickom jazyku.
3. Podmienkou uverejnenia príspevku je jeho originálnosť (pôvodnosť). Odovzdaním príspevku autor prehlasuje, že príspevok nebol doteraz publikovaný alebo ponúknutý k publikácii inému vydavateľovi.
4. **Príspevky sa predkladajú na posúdenie dvom recenzentom.** Každý autor pri zaslaní príspevku navrhne redakcii časopisu dvoch nezávislých recenzentov na svoj príspevok (profesori, docenti, resp. významní odborníci z praxe v danej oblasti, ktorí pôsobia na inom pracovisku, ako je pracovisko autora príspevku).
5. Vedecká rada a Redakčná rada časopisu rozhodujú o prijatí príspevku na uverejnenie na základe recenzných posudkov. Vydavateľ si vyhradzuje právo príspevok odmietnuť.
6. Príspevky nie sú honorované. Redakcia si vyhradzuje právo požadovať od autora, po rozhodnutí o prijatí jeho príspevku na uverejnenie, participáciu na nákladoch spojených s realizáciou tlačenej formy časopisu v sume 35,- €.
7. **Autori posielajú príspevky upravené po formálnej stránke podľa „Konceptu príspevku do časopisu“.** Za jazykovú úpravu príspevkov zodpovedajú autori. Tlač časopisu je čiernobiela. Autori uvádzajú v príspevku obrázky, grafy, diagramy v čierno-bielom prevedení.
8. Poznámky, ktoré patria pod čiaru sa čísloujú podľa poradia v texte. Tabuľky a ilustrácie (obrázky, schémy, grafy, diagramy) sa čísloujú samostatnými číselnými radmi podľa poradia v texte. Pod každou tabuľkou alebo ilustráciou je potrebné uviesť zdroj, z ktorého autor čerpal údaje. Na tabuľky a ilustrácie musia byť odkazy v texte príspevku.
9. Citácie literatúry sa uvádzajú podľa Metódy prvého údaja a dátumu (ISO 690) v nasledovnom formáte:
Jeden zdroj, jeden autor: (Autor, 2000)
Jeden zdroj, viac autorov: (Autor a kol., 2005)
Viac zdrojov: (Autor1, 2009; Autor2, 2010)
10. V zozname literatúry na konci príspevku sa jednotlivé položky uvádzajú v abecednom poradí (nečísľujú sa). Pre on-line dokumenty je povinný dátum citovania a dostupnosť.
11. Maximálny rozsah príspevku je 15 strán, vrátane príloh a zoznamu literatúry. Formát stránky A4 (210 x 297 mm), okraje: pravý 2,5 cm, ľavý 2,5 cm, horný 3 cm, dolný 2,5 cm. Riadkovanie je jednoduché. Stránky sa nečísľujú.
12. Štruktúra príspevku je uvedená v tabuľke č. 1

Tabuľka 1: Štruktúra príspevku

Štruktúra	Písmo
NÁZOV PRÍSPEVKU V PÔVODNOM A ANGLICKOM JAZYKU	Times New Roman, veľ. 16 Zarovnanie na stred
Meno a priezvisko autora (ov) – bez titulov	Times New Roman, veľ. 12 Zarovnanie na stred
<i>Abstrakt v anglickom jazyku</i>	Text - Times New Roman, veľ. 10, Italic
<i>Kľúčové slová v anglickom jazyku (5-6 slov)</i>	Times New Roman, veľ. 10, Italic
JEL Classification	Times New Roman, veľ. 10, zarovnanie doľava, Italic. Vid' napr.: https://www.aeaweb.org/econlit/jelCodes.php?view=econlit
ÚVOD CIEĽ A METODIKA VÝSLEDKY A DISKUSIA ZÁVER	Times New Roman, veľ. 14, Bold, všetky písmená veľké Kapitoly číslojte arabskými číslicami
Text príspevku	Times New Roman, veľ. 12 Odsadenie prvého riadku v odseku tabulátorom 1,25 cm
Tabuľka 1: Názov tabuľky Graf 1: Názov grafu Obrázok 1: Názov obrázku	Times New Roman, veľ. 12, Bold Umiesť nadpis nad tabuľkou, zarovnať vľavo Umiesť nadpis pod graf, centrovat' Umiesť nadpis pod obrázok, centrovat' Zdroj umiesť pod tabuľku, zarovnať vľavo Zdroj umiesť pod graf, obrázok, centrovat' (Times New Roman, veľ. 10, Italic)
LITERATÚRA	Times New Roman, veľ. 14, Bold, všetky písmená veľké Radiť v abecednom poradí, nečíslovať
Autor: Titul, meno a priezvisko Názov pracoviska Adresa pracoviska Tel.: 0000000000000 e-mail: some@who.com	Times New Roman, veľ. 12 Zarovnať doľava

Autori posielajú príspevky upravené po formálnej stránke podľa „Konceptu príspevku do časopisu“ uverejnenom na internetovej stránke časopisu www.maneko.sk.

Príspevky do čísla 1/2015 prijíma redakcia časopisu do 15. apríla 2015

MANEKO

časopis o ekonomike a manažmente priemyselných podnikov

MANEKO prináša vedecké články, diskusné príspevky a recenzie odborných prác zaoberajúce sa problematikou ekonomiky a manažmentu priemyselných podnikov z oblastí všeobecného manažmentu, finančného manažmentu, manažmentu kvality, environmentálneho manažmentu, manažmentu ľudských zdrojov, manažmentu malých a stredných podnikov, marketingu, controllingu, logistiky, strategického manažmentu podnikov a podobne. Umožňuje publikovanie vedeckých a odborných prác pre cieľovú skupinu vysokoškolských pedagógov a vedeckých pracovníkov, ale zároveň dáva príležitosť pre publikovanie príspevkov aj doktorandom a odborným pracovníkom z podnikovej praxe, verejnej správy a pod.

Vedecký časopis MANEKO (Manažment a ekonomika podniku) vydáva Oddelenie manažmentu chemických a potravinárskych technológií Ústavu manažmentu STU v Bratislave v Nakladateľstve STU Bratislava

Vychádza dvakrát do roka, ročník 6, 2014, č.2

Tlač: Nakladateľstvo STU Bratislava, IČO 00 397 687

Adresa redakcie: Oddelenie manažmentu chemických a potravinárskych technológií

ÚM STU, Vazovova 5, 812 43 Bratislava

Za jazykovú úpravu príspevkov zodpovedajú autori

Registračné číslo MK SR EV 2908/09

Dátum vydania periodickej tlače: december 2014

© Oddelenie manažmentu chemických a potravinárskych technológií Ústavu manažmentu
STU v Bratislave, Bratislava 2014

ISSN 1337-9488 (tlačené vydanie)
ISSN 1338-5127 (elektronické vydanie)