

	во-предупредительных ремонтов
Технологические	Внедрение новых технологических решение для обеспечения возможностей расширения ассортимента продукции предприятий с применением существующего парка оборудования; выбор оптимальных режимов обработки сырья с увеличением привлекательности рыбопродукции для потребителя с точки зрения сроков хранения, вкусовых качеств и пищевой ценности
Инновационно-инвестиционные	Расширение государственного финансирования исследований в сфере рыболовства, рыбоводства и рыбообработки, организации производства и труда; совершенствование хозяйственного механизма деятельности предприятий на основе учета требований внешней среды деятельности предприятий; выбор объектов инвестирования и подготовка объективных условий для этого
Финансовые	Оптимизация использования финансовых ресурсов предприятий
Производственно-хозяйственные	Рост уровня сырьевой обеспеченности, расширение объемов производства для доведения до оптимальных объемов; реструктуризация предприятий; совершенствование организации производства и труда; ускорение оборачиваемости оборотных средств и их относительное высвобождение
Коммерческие	Поддержка предприятий на уровне государства в сфере обеспечения их ГСМ в виде беспроцентного или льготного кредитования; дотирования или субсидирования
Сбытовые	Маркетинговая переориентация предприятий с адекватным изменением организационной структуры предприятий; налаживание устойчивых разноуровневых каналов сбыта продукции; выбор эффективной стратегии ценообразования с использованием современных методов ценообразования и стимулирования продаж, в том числе и с применением концепции ценовой эластичности
Социально-культурные	Анализ и постоянный мониторинг рынка, разработка рекламной стратегии предприятия; формирование у населения представлений в поддержку отечественного товаропроизводителя, то есть поддержание и рост спроса на внутреннем рынке путем реализации программ формирования спроса и стимулирования сбыта

Вывод. Итак, множество подходов к классификации факторов, представленных в литературе, позволило нам выделить те из них, которые адекватны предприятиям прибрежного рыболовства и могут быть использованы при формировании механизма повышения эффективности этих предприятий.

Источники и литература

1. Гурнак В.М. Проблеми державної підтримки рибного господарства України // Рыбное хозяйство Украины. – № 5. – 2001. – С.42-44.
2. Качный А.С. Стратегия рыбного хозяйства Украины в XXI веке // Рыбное хозяйство Украины. - № 3-4. – 2005. – С.2-5.
3. Тищенко А.Н., Кизим Н.А., Догадайло Я.В. Экономическая результативность деятельности предприятий: монография. – Х.: ИД «ИНЭК», 2005. – 144 с.
4. Черник В.Г. Геращенко Л.С. Рибне господарство України: стан, тенденції, перспективи // Рыбное хозяйство Украины. – № 3-4. – 2003. – С.6-12.

Аметова Э.И.

ЭКСПОРТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРЕДПРИЯТИЙ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА КАК ПОКАЗАТЕЛЬ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИХ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ НА ВНЕШНЕМ РЫНКЕ (на примере НΠΑΟ «Массандра»)

Постановка проблемы. Процесс становления и развития Украины как независимого экономически самостоятельного государства тесно связан с необходимостью обретения ею надлежащего места в мировом хозяйстве и определения степени участия в мировом разделении труда, прежде всего через ее признание как полноценного и полноправного субъекта внешнеэкономической деятельности.

Ускорение такого признания возможно лишь через выявление потенциальных возможностей предприятий-экспортеров и всестороннего содействия государства внешнеторговым операциям отечественных производственных и коммерческих структур на зарубежных рынках. Экспорт выступает сегодня в условиях кризисных процессов в экономике в роли стабилизирующего фактора производства, как источник валютных и материально-технических поступлений для структурной перестройки экономики.

Каждый регион Украины обладает своим экспортным потенциалом и занимает определенное место в национальном разделении труда. Если в целом главной статьей украинского товарного экспорта является продукция горнометаллургического комплекса, то для Крыма с его уникальными природно-климатическими условиями одной из ведущих экспортных товарных групп выступает продукция предприятий агропромышленного комплекса. По данным Государственного комитета по Статистике Автономной Республики Крым «ежегодный объем экспорта продукции предприятий АПК Крыма за 1999-2004 годы составлял от 29,3 до 91,9 млн. долларов США и занимал от 22% до 41% в структуре товарного экспорта нашего полуострова. За эти годы предприятия-экспортеры АПК поставили за границу свою продукцию на общую сумму 314,2 млн. долларов США» [1].

Однако именно эффективная внешнеэкономическая деятельность отдельных предприятий является залогом успешного восприятия страны-экспортера конкурентами на мировой арене. Все вышесказанное дела-

ЭКСПОРТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРЕДПРИЯТИЙ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА КАК ПОКАЗАТЕЛЬ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИХ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ НА ВНЕШНЕМ РЫНКЕ (на примере НΠΑΟ «Массандра»)

ет особенно актуальным исследование резервов роста потенциальных возможностей предприятий-экспортеров АПК и роли внешнеэкономической деятельности в экономике отдельных предприятий путем расчета экспортного потенциала и эффективного его использования в борьбе за конкурентоспособную нишу на мировом рынке.

Анализ основных исследований и публикаций. Экспортный потенциал предприятий рассматривали отечественные ученые – Афанасьев К.М., Горячев А.А., Шагалов Г.А. и зарубежные исследователи Алексеева М.М., Берковитц Э., Билка В., Гитлоу Х., Градов А.П., Гроте Г., Долгов С.И., Кавусгил Т., Каргби Дж., Пешкова Е.П., Покровская Е.В., Фаминский И.П. и другие.

Афанасьев К.М. в своей работе “Экономико-математическое моделирование экспортного потенциала предприятия” разработал имитационную модель экспортного потенциала предприятия, в которой он рассматривает внутренний потенциал фирмы, потенциал экспортных барьеров и потенциал зарубежного рынка. Внутренний потенциал фирмы определяется взаимодействием потенциалов управления, производства, финансов и маркетинга. Потенциал экспортных барьеров определяется международной средой, средой страны фирмы-экспортера. Потенциал зарубежного рынка характеризуется объемами возможных продаж предприятий-экспортеров, емкостью и темпами роста рынка, а также ключевыми факторами успеха [2].

С.И.Долгов [5] и И.П.Фаминский [9] обращают особое внимание на анализ экспортных возможностей предприятия, на оценку его способностей уже производить конкурентоспособную продукцию или наладить ее выпуск в приемлемые сроки, причем, при экономически оправданных затратах.

В своих исследованиях Е.П.Пешкова отмечает, “что предприятие должно выпускать такие виды продукции, которые максимально соответствовали бы характеру и специфике спроса потребителя на рынке страны-импортера”[6].

По мнению А.П.Градова, “для обеспечения конкурентоспособности на внешнем рынке предприятия должны постоянно заботиться о наиболее полном и эффективном использовании имеющихся в их распоряжении всех видов ресурсов”[4].

Е.В.Покровская считает, “что организационная структура предприятия, активно занимающегося внешнеэкономической деятельностью, должна быть в высшей степени четкой, чтобы предприятие своевременно корректировало свою деятельность в соответствии с тенденциями мирового рынка”[7].

Х.Гитлоу отмечает, “что большое значение имеет то, какую долю от произведенной продукции занимает экспорт или, другими словами, какая часть мощностей предприятия задействована на внешний рынок”[3].

Несмотря на большую ценность, эти исследования определяют экспортный потенциал только промышленных предприятий, не учитывая специфику сельскохозяйственных, где в качестве средств производства выступают: земля, растения и животные с их биологическими циклами и спецификой характера технологии производства.

Целью данной работы является рассмотрение понятия «экспортный потенциал» предприятия агропромышленного комплекса в разрезе той части производственного потенциала, которую можно направить на создание продукции, реализуемой на внешних рынках. Расчет экспортного потенциала НΠΑΟ «Массандра», являющийся практической базой данного исследования, содержит в себе возможность определения степени целесообразности представления линейки вин производителя на внешнем рынке, конкурентоспособности и, безусловно, экономической выгоды вследствие такого представления.

Дефиниция “потенциал” происходит от латинского слова “potentia” и переводится как возможность, мощность. В “Современном экономическом словаре” экспортный потенциал предприятия определяется как - “потенциальная возможность данного предприятия экспортировать производимую или имеющуюся у него продукцию”[8].

Поскольку сельскохозяйственное предприятие представляет собой технологически и территориально обособленную совокупность факторов производства, то вышеизложенное позволяет нам сформулировать собственную точку зрения на экспортный потенциал предприятия АПК как на – «определенную долю произведенной продукции (производственного потенциала), отвечающую параметрам конкурентоспособности, обладающую спросом и учитывающую предложение на целевом рынке страны-импортера».

При анализе данных нами использованы широко применяемые в аграрной науке методы корреляционно-регрессивного анализа (В.Р. Боев, А.С. Либкинд, Ю.Н. Новиков, В.А. Свободин и др.). Методы корреляционного и регрессивного анализа были применены для изучения связи и взаимосвязи факторов производства, являющихся, в свою очередь, случайными величинами.

С помощью многофакторной модели были определены тенденции влияния, как каждого фактора в отдельности, так и в совокупности с другими – на результирующий показатель.

В результате получено линейное уравнение множественной регрессии первой степени типа:

$$Э_n = ((a \times X_0 \times T_\phi \times K_n) + (b \times X_{об} \times C_0) + (c \times X_{чел} \times T_{фч} \times K_{ти}) + (d \times X_{зем} \times K_{из} \times Y_p)) \times K_c \times K_c \times K_n \quad (1),$$

где $Э_n$ – экспортный потенциал предприятия, грн.;

X_0 – стоимость основных средств предприятия, грн.;

T_ϕ – коэффициент использования времени основных средств;

K_n – коэффициент интенсивности использования основных средств в единицу времени;

$X_{об}$ – стоимость оборотных средств предприятия, грн.;

C_0 – коэффициент скорости оборота;

$X_{чел}$ – стоимость человеческого капитала, грн.;

$T_{фч}$ – коэффициент использования человеческого капитала в течение года;

$K_{ти}$ – коэффициент трудового использования в единицу времени;

$X_{зем}$ – стоимость земельных ресурсов, грн.;

$K_{из}$ – коэффициент использования площади земли;

U_p – коэффициент использования плодородия земли;

a, b, c, d – аргументы при факторах производства $X_o, X_{об}, X_{чел}, X_{зем}$;

K_3 – доля (коэффициент) продукции, соответствующей международным стандартам качества и отражающая конкурентоспособность на мировом рынке;

K_c и K_n – коэффициенты спроса и предложения соответственно.

Полученное уравнение было использовано для расчета экспортного потенциала НΠΑО «Массандра» – крупнейшего отечественного производителя вин, представленных не только на рынках Украины, но и за границей.

Вся винодельческая продукция, производимая в Украине, реализуется на трех основных рыночных сегментах:

- внутренний рынок Украины (85% всей производимой продукции);

- международный рынок (13-14%);

- региональный рынок (Крым) (1-2%).

Наибольшую долю в структуре экспорта занимает Россия (около 90%), на втором месте Белоруссия (3,6%), затем идет Германия (2,5%), США (1,7%), Израиль (1%) [10].

Более четверти украинского экспорта вина – это продукция «Массандры». Торговая марка «Массандра» широко известна на международном рынке вина. Поэтому в целях увеличения общей прибыли, около 50% продукции предприятия отправляется за пределы Украины [11].

Что касается экспорта в страны дальнего зарубежья, то здесь у НΠΑО «Массандра» практически нет украинских конкурентов. Доля предприятия в общем экспорте в страны дальнего зарубежья – более 50% [11].

Основными конкурентными преимуществами НΠΑО «Массандра» являются:

- широкий ассортимент (на Украине нет предприятия с таким широким ассортиментом);
- уникальные природно-климатические условия, необходимые для созревания винных сортов винограда;
- огромная производственная мощность;
- НΠΑО «Массандра» практически не зависит от поставщиков, т.к. имеет собственную сырьевую базу (собственные совхозы-заводы, выращивающие виноград);
- широкие финансовые возможности (собственных ресурсов предприятия достаточно для инноваций).

При использовании формулы (1) был осуществлен расчет экспортного потенциала НΠΑО «Массандра». В результате были получены следующие данные: производственный потенциал составил 2340 тыс. грн. (для сравнения винодельческое предприятие «Коктебель» – 1807 тыс. грн.), причем его использование – 94,6% (аналогично, для «Коктебель» – 83,7%). Размер экспортного потенциала составил 91,2 тыс. грн. притом, что экспорт составил 53% в общем объеме реализации. Это свидетельствует о том, что несмотря на высокое значение производственного потенциала, резерв роста экспорта все же имеется. Но хотелось бы отметить, что торговая марка «Массандра» не первый год на внешнем рынке и ее узнаваемость довольно высока. Однако рост значений отдельных показателей, оказывающих непосредственное влияние на увеличение экспортного потенциала (основные средства, использование площади земли и т.д.) оказывается невозможным вследствие наличия огромного количества внешних факторов, в частности отсутствие поддержки со стороны государства.

Выводы. Предприятия агропромышленного комплекса, в условиях перехода к рыночным отношениям, стали самостоятельными субъектами внешнеэкономической деятельности, то есть получили возможность свободного выбора экспортируемой продукции, потребителей и рынков сбыта. В свою очередь, международный сельскохозяйственный рынок характеризуется большим числом субъектов внешней торговли и жесткой конкуренцией.

Следовательно, эффективная деятельность предприятий-экспортеров АПК зависит, прежде всего, от увеличения производственного потенциала, повышения конкурентоспособности выпускаемой продукции и изучения спроса и предложения на рынках стран-импортеров.

Экономическая роль вывоза продукции предприятий АПК Крыма за границу определяется положительным сальдо внешнеторгового баланса отрасли, что позволяет экспорту выступать в качестве стабилизирующего фактора производства и источника валютных и материально-технических поступлений для структурной перестройки экономики региона.

Объективные предпосылки для развития экспортного потенциала предприятий АПК Крыма обусловлены наличием значительных природно-ресурсного и биоклиматического потенциалов региона.

Несмотря на высокую производственную мощность у НΠΑО «Массандра» имеются резервы для увеличения экспортного потенциала путем принятия эффективных организационно-экономических и технологических мер аграрного протекционизма, включающих в себя: государственную поддержку отечественного товаропроизводителя на внутреннем и внешнем рынках при производстве, переработке и реализации продовольствия; установления режима льготного кредитования. В настоящее время ведутся активные дебаты вокруг возможной приватизации НΠΑО «Массандра», результатом которой могут стать: потери целого ряда элитных виноградников, а также «исчезновение» энотеки «Массандры», которая представлена 1 млн. бутылок и оценивается специалистами как самая крупная в мире.

ЭКСПОРТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРЕДПРИЯТИЙ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА КАК ПОКАЗАТЕЛЬ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИХ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ НА ВНЕШНЕМ РЫНКЕ (на примере НПАО «Массандра»)

Государство обязано содействовать внешнеэкономической деятельности предприятий, способных «держать марку» на внешнем рынке, это может быть выражено в: предоставлении налоговых льгот, включая стимулирование вложения собственных средств на развитие отрасли и особенно инвестиционной деятельности и налоговых «каникул» для экспортеров, выходящих с новой продукцией на новые рынки; ускоренном механизме амортизации; обеспечение паритетности цен на сельскохозяйственную и промышленную продукцию и устранении негативного влияния монополизма в обеспечивающих и перерабатывающих звеньях АПК. Регулирование экономических связей между странами СНГ следовало бы строить в направлении формирования ими общего аграрного рынка и установления экономически целесообразных и взаимовыгодных отношений.

Источники и литература

1. Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы. – М.: Финансы и статистика, 1997. – 248 с.
2. Афанасьев К.М. Економіко-математичне моделювання експортного потенціалу підприємства: Автореф. дис... к-та ек. наук: 08.03.02/Київськ. держ. ек. унів. – К., 1996. – 23 с.
3. Gitlow H., Gitlow S., Oppenheim A., Oppenheim R. Tools and Methods for the Improvement of Quality.- Clear-Glass Publishing Company, San Francisco (USA). – 1989. – 603 p.
4. Градов А.П. Экономическая стратегия фирмы. – СПб.: Спец. литература, 1995. – 414с.
5. Основы внешнеэкономических знаний: Словарь-справочник / Сост. Долгов С.И., Васильев В.В., Гончарова С.П. и др. - 2-е изд. – М.: Высшая школа, 2005. – 383 с.
6. Пешкова Е.П. Маркетинговый анализ в деятельности фирмы. – М.: Ось-89, 1997. – 80 с.
7. Покровская В.В. Международные коммерческие операции и их регламентация. – М.: Инфра-М, 1996. – 326 с.
8. Современный экономический словарь / Сост. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. – М.: Инфра-М, 2006.– 496с.
9. Фаминский И.П. Основы внешнеэкономических знаний. – М.: Межд. отнош., 1994. – 480с.
10. Дикаленко М.Тихо сам с собою// Бизнес. – 24.04.06. –№ 17. – С. 134 – 138.
11. Дикаленко М. Разделяй и пьянствуй// Бизнес – 31.07.06. – № 31 (706) – С.127-128.

Боровский В.Н.

КОНЦЕПЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ БАНКА

В основе эффективного менеджмента лежит, прежде всего, умение работать с людьми, поэтому одной из важнейших составляющих в системе банковского менеджмента является подсистема управления персоналом. Не секрет, что от того, насколько эффективно поставлена работа с персоналом, в значительной степени зависит качество людских ресурсов, их вклад в достижение целей банка и качество всей банковской деятельности.

Формирование двухуровневой банковской системы, дальнейшее совершенствование ее структуры, законодательное определение основных функций Национального банка Украины привело к созданию и функционированию по существу новых структур на местах: Главных территориальных управлений и Расчетно-кассовых центров. Это - новый тип банковских учреждений со свойственными им функциями, которые определены Законом Украины "О Национальном банке Украины"[1].

По мере образования этих структур выявилось определенное несоответствие постановки работы с персоналом тем задачам, которые стоят перед территориальными учреждениями Национального банка в условиях дальнейшего реформирования всей финансово-кредитной системы.

Банку требуются специалисты, профессионально подготовленные и способные обеспечить выполнение современных банковских технологий, умеющие постоянно совершенствовать методы своей работы. В этих условиях для формирования работоспособного коллектива необходимо разрабатывать стратегические подходы к планированию и прогнозированию численности персонала, повышению его квалификационного уровня и профессиональной дифференциации персонала, осуществлению целенаправленного отбора специалистов, формированию единой системы учета всех видов вознаграждения.

Следует отметить, что тема управления персоналом является наиболее дискутируемой в отечественной литературе, так как актуальность данного направления совершенствования внутрибанковской деятельности подтверждается как опытом работы зарубежных банков, определяющих его в качестве одной из пяти приоритетных задач управления, так и результатами завершившегося этапа становления отечественных банков, уже столкнувшихся с негативными последствиями недостаточного внимания к этой проблеме. Отмечаются различные подходы к определению проблемы управления персоналом, методам ее решения.

Н.Маусов [4] в своих публикациях, отмечая, что внутрифирменный менеджмент – это совокупность принципов, методов и средств управления ресурсами организации в целях достижения максимальной эффективности и прибыльности, выделяет особые характеристики персонала как ресурса. В целом, по мнению автора, персонал не может рассматриваться как однородная субстанция, каждый работник имеет индивидуальные мотивы и ценности. Управление персоналом выступает в качестве непрерывного процесса, направленного на целевое изменение мотивации людей, чтобы добиться от них максимальной отдачи, а, следовательно, достижения высоких конечных результатов. Автор считает, что конечная цель работы с персоналом – максимальное сближение ожиданий организации и интересов работника, при этом необходимо отказаться от политики мини-