

проводится процессом его экстернализации. Именно эти процессы превращения знания из формализованного в неформализованное и, наоборот, делают знание живым, а процесс общения подлинно духовным.

Источники и литература

1. Роуз Ф. Аборигены Австралии. – М., 1989. – 151 с.
2. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал. – СПб, 2001. – С. 83-84.
3. Букович У., Уильямс Р. Управление знаниями. – М., 2002. – 200 с.

Джеппарова З.Р.

СТРАТЕГИЯ СТАБИЛИЗАЦИИ ХЛЕБОПЕКАРНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ КРЫМА

I. Введение. В системе экономических резервов приоритетное положение занимает проблема перестройки управления хлебопекарными предприятиями в условиях нарастающей конкуренции, борьбы за рынок. Эффективность использования этих резервов в значительной степени зависит от типа организационных структур.

На примере ряда хлебопекарных предприятий произведена оценка в рамках структуры управления, как осуществляется взаимодействие хлебопекарного предприятия с внешней средой и его деятельность во внутренней среде. Сопоставительный анализ структур аппарата управления хлебопекарными предприятиями позволил выделить две группы:

первая – используются структуры управления, обеспечивающие решения в основном стандартных управленческих задач;

вторая – в структуру управления вводятся новые должности, формируются новые функциональные блоки.

Основные резервы в области организационной структуры управления хлебопекарными предприятиями обусловлены:

- нерациональной системой подчинения некоторых подразделений;
- недостаточной взаимосвязью между подразделениями и затруднениями в получении необходимой информации;
- отсутствием высокоэффективных, как этого требует современная конкурентная ситуация, подразделений, обеспечивающих анализ рынка, планирование товарно-ценовой политики, продвижение продукта, прогнозирование спроса и др.

II. Постановка задачи. Таким образом, особую актуальность приобретает сегодня стабилизация предприятий хлебопекарной промышленности. Для достижения этой цели поставлены следующие задачи:

ускорить разработку новых видов хлеба, хлебобулочных изделий, мягких кондитерских изделий под воздействием спроса;

диверсификация производства;

интенсивно внедрять наиболее передовые технологии;

систематически внедрять новые методы организации и управления производством на базе активного использования компьютерной техники.

III. Результаты. Комплексная диагностика вхождения хлебопекарной промышленности в рыночную экономику позволяет обосновать стратегию стабилизации, отражающуюся на системе мер по реализации внутрипроизводственных и экономических резервов.

Научно-обоснованная величина резерва производственной мощности на предприятии с учетом прогнозных оценок спроса, технического перевооружения, обновления продукции и пр., позволяет определить норматив использования производственной мощности, обусловленных: колебаниями спроса на хлебопекарную продукцию; освоением новых сортов хлебопекарной продукции; изменением ассортимента; техническим перевооружением и реконструкцией; прочими непредвиденными обстоятельствами.

Логическим завершением рассмотренных положений является предложение определять норматив использования производственной мощности (H_m) как отношение разности производственной мощности (M) и ее резерва, обусловленного объективными факторами, к общей величине производственной мощности:

$$H_m = \frac{M - (P_c + P_{н.с.} + P_a + P_{н.т.} + P_{н.р.})}{M}, \quad (1.)$$

где P_c – резерв производственной мощности в связи с колебаниями спроса на хлебопекарную продукцию;

$P_{н.с.}$ – резерв производственной мощности в связи с освоением новых сортов хлеба и хлебобулочных изделий;

P_a – резерв производственной мощности в связи с изменением соотношения выпуска хлебопекарной продукции крупного развеса и мелкоштучных изделий;

$P_{н.т.}$ – резерв производственной мощности в связи с техническим перевооружением и реконструкцией;

$P_{н.р.}$ – резерв производственной мощности в связи с непредвиденными обстоятельствами.

Для Симферопольского хлебокомбината норматив использования производственной мощности по условиям 2004г. составляет 55,5 % (табл. 1).

Норматив использования производственной мощности хлебопекарного предприятия может являться управленческим ориентиром при обосновании необходимых инвестиций с учетом времени.

Сопоставление спроса позволяет определить величину резерва использования маркетинга в виде увеличения объема продаж. Предложена модель комплексной системы изучения рынка и резервов маркетинга (рис.1).

Таблица 1. Расчет норматива использования производственной мощности Симферопольского хлебокомбината

Показатели	2001г.	2002г.	2003г.	2004г.
Мощность на 01.01. т/сут	516	497	497	497
Наличие резервных мощностей, обусловленных:				
- освоением нового оборудования т/сут.	-	-	-	18
- освоением новых изделий т/сут.	1	2	1	1
- колебаниями спроса на продукцию т/сут	133	192	211	202
Общий резерв мощности, обусловленный объективными причинами т/сут.	134	194	212	221
Норматив использования мощности %	74,0	60,1	57,3	55,5

Анализ рынка рекомендуется проводить по следующим позициям: сегментирование рынка и выбор целевого сегмента, определение спроса и предложения на рынке, определение влияния макросреды на деятельность предприятия, анализ микросреды предприятия.

Макросреда включает в себя шесть факторов, которые влияют на спрос продукции. Это экономические, демографические и культурные условия, это учет природных факторов и, наконец, это политические и научные условия.

Микросреда имеет тоже 6 элементов. Это изучение клиентуры и контактных аудиторий, рассмотрение маркетинговых посредников. Очень важным является изучение поставщиков сырья и оборудования, изучение конкурентов и характеристика производственных мощностей, материально-технических ресурсов, трудовых ресурсов и финансового состояния предприятия.

Модель резервов маркетинга хлебопродуктов включает управленческие решения и разработку стратегии развития предприятия на основе раскрытых резервов.

Данные рекомендации использованы при комплексном изучении рынка хлебопекарной продукции в условиях региона Симферопольского хлебокомбината.

Предлагается расширить понятийный аппарат концентрации производства и наряду с традиционным определением понимать под концентрацией производства эффективное сосредоточение элементов материального производства и объемов вырабатываемой продукции на единичных или объединенных предприятиях разных размеров, обусловленное региональными и отраслевыми особенностями рынка.

Как показали исследования, возрастание абсолютных значений производственной мощности, товарной продукции, численности ППП, среднегодовой стоимости основных производственных фондов в расчете на хлебокомбинат не предполагает резкого возрастания финансово-экономических показателей средних и мелких предприятий, вошедших в состав хлебокомбината, так как каждому из них не присущ высокий уровень концентрации производства единичного основного звена.

Использование хлебокомбината как объекта концентрации производства позволяет: организационно сохранять и углублять специализацию производства предприятий по выпуску конкретной продукции; осуществлять регулирование потоков выпускаемой продукции на внутреннем рынке города и области; управлять технологическими процессами каждого предприятия с учетом потребности конкретного региона; обеспечить комплексное решение социальных программ.

Такой подход к концентрации производства, связанный с функционированием значительного количества хлебокомбинатов в отрасли, выдвигает проблему рационального состава наряду с оптимальным размером предприятия. Под рациональным составом хлебокомбината мы понимаем совокупность одинаковой отраслевой принадлежности, расположенных в одной области (или в разных областях), деятельность которых обеспечивает нормативную эффективность производства.

Необходимо оценить рациональный состав хлебокомбинатов Крыма при существующем уровне технического развития и организации производства труда, и выявить резервы в этом направлении. Сущность данного подхода заключается в сопоставлении коэффициента эффективности хлебокомбината за текущий (планируемый) год ($K_3^{т(ф)}$) с его нормативным значением (K_3^H).

Разница рассмотренных показателей свидетельствует о том, что необходимо дальнейшее обоснование состава хлебокомбината. К путям реализации данных резервов можно отнести: присоединение к хлебокомбинату самостоятельного хлебозавода на основе покупки контрольного пакета акций, строительство нового предприятия, в том числе с учетом диверсификации производства, вывод из состава хлебокомбината предприятия в случае его банкротства и прочее, что должно быть учтено при разработке стратегии развития каждого хлебокомбината.

Для Симферопольского хлебокомбината расчетная величина резерва рационального состава составляет 0,7. Принято решение о вводе в структуру хлебокомбината нового подразделения по производству крахмала, т.е. одновременно решалась задача углубления диверсификации производства.

Резервы специализации в большей мере проявляются в условиях хлебокомбинатов, в которых предметная специализация позволяет осуществлять перераспределение вырабатываемой продукции между предприятиями-

СТРАТЕГИЯ СТАБИЛИЗАЦИИ ХЛЕБОПЕКАРНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ КРЫМА

ми, входящими в состав хлебокомбината; уменьшает число предприятий, выпускающих продукцию одного и того же сорта, а также количество сортов, вырабатываемых на одной поточной линии. При изучении резервов специализации производства необходимо принимать во внимание, что доля основной продукции на предприятии может снижаться под влиянием диверсификации производства.



Рис 1. Модель комплексной системы изучения рынка и резервов маркетинга хлебопродуктов

Диверсификация производства в хлебопекарной промышленности основана на включении в состав предприятия производств, вырабатывающих родственную продукцию, а также производств других отраслей в соответствии со своими целями развития, особенностями правового статуса, источников сырья, местонахождением, развитием торговой сети и др. Эти факторы определяют модульный подход. Для диверсификации в хлебопекарной отрасли характерно проявление связанной и несвязанной диверсификации.

Обоснование использования диверсификации как одной из организационных форм производства предлагается проводить по следующей системе показателей, представленной в таблице 2 и рассчитанной по Симферопольскому хлебокомбинату.

В таблице показана практическая значимость предлагаемой системы показателей применительно к условиям Симферопольского хлебокомбината. Использование резервов диверсификации в рамках хлебопекарного предприятия позволяет получить синергический эффект.

Таблица 2. Показатели диверсификации производства хлебопекарного производства Симферопольского хлебокомбината

Показатели	Годы				
	2000	2001	2002	2003	2004
А	1	2	3	4	5
Показатели, отражающие влияние использования резервов диверсификации на эффективность производства					
1. Чистая прибыль новых видов продукции (т.р.)					
- родственной	-	-	7218	9102	11054
- неродственной	-	-	194	919	1469
2. Рентабельность продаж новых видов продукции					
- родственной	-	1,8	9,1	9,9	12,8
- неродственной	2	2,1	2,2	3,1	3,3
Оценочные показатели, отражающие изменение уровня диверсификации производства.					
1. Доля рынка предприятий, связанная с выработкой новой продукции					
- родственной	-	13	24	35	54
- неродственной	-	0,3	0,4	0,4	0,5
2. Удовлетворение спроса на новую продукцию					
- родственной	-	-	30	45	74

- неродственной	-	-	10	10	10
3. Удельный вес выручки от реализации новой продукции в общем объеме					
- родственной	0,2	5,5	11,1	13,4	18,1
- неродственной	0,15	0,18	0,2	0,11	0,29
4. Удельный вес прибыли в общем объеме комбината от новой продукции					
- родственной	-	-	26,6	29,1	43,4
- неродственной	-	-	0,7	2,9	5,7
5. Количество производств, охватывающих предприятие					
- родственной	1	3	3	3	4
- неродственной	1	1	2	3	3
6. Доля основных фондов (диверсификационных производств)					
- родственной	-	22,1	33,8	36,9	33,1
- неродственной	0,1	0,1	0,13	0,2	0,2
7. Количество рабочих, занятых на новых производствах					
- родственной	25	75	160	169	162
- неродственной	4	4	7	12	12
8. Выпуск продукции в натуральном выражении (т)					
- родственной	5,2	2138,5	5481,2	7058,3	7839,1
- неродственной	200	280	232	254	200

IV. Выводы. По результатам проведенного анализа делаем выводы, что для диверсифицированных хлебопекарных предприятий приемлема структура стратегических групп, которая упрощает работу аппарата управления предприятием, но требует четкой формулировки полномочий управленцев и должностных обязанностей.

Резервы совершенствования управления предприятием проявляются в формировании руководителя – лидера, обеспечивающего разработку и внедрение оптимальной организационной структуры управления предприятием, которая позволяет принимать эффективные управленческие решения, в том числе и по использованию внутрипроизводственных и экономических резервов.

Для выявления мотивации и движущих сил предприятия в области использования резервов исследованы проблемы теории прибыли предприятия в рыночной экономике и общий вывод заключается в том, что прибыль возникает в результате воздействия различных факторов, набор которых варьирует от предприятия к предприятию и изменяется во времени.

Основываясь на теории прибыли, природа которой сформировалась в рыночной экономике, выявлено, что источниками прибыли являются различные резервы, как внутренние, так и внешние, а также стремление предприятия максимизировать прибыль, чему способствует конкуренция.

Таким образом, разработанная стратегия стабилизации хлебопекарной промышленности Крыма позволяет приступить к выработке методических основ оценки инвестирования в хлебопекарную промышленность.

Источники и литература

1. Богиня Д., Волынская Г. Вопросы макроэкономической стабилизации в Украине. //Экономика Украины.- 1994. № 3.-С.41-50.
2. Гуревич М. Экономика в период перехода к рыночным отношениям. //Экономика Украины. -1996. -№3.- С.18-25.
3. Иззук Т.Б. Анализ эффективности деятельности хлебопекарных предприятий потребительской кооперации в современных условиях.-М.: Московский кооперативный институт,1999.-124с.
4. Тихомирова А.В. Оценка эффективности управления производством // Вопросы экономики.- 1973. №1- С.117-119.
5. Тульская Н.С., Фролова Т.К., Пименов С.В. Стратегия финансирования технического развития хлебопекарных предприятий. //Хлебопечение России.-1997.-№1.-С.12-13.
6. Чешинский Л. Становление рынка хлебопродуктов на основе новых информационных технологий. //Хлебопродукты.-1995.-№7.- С.3-6.
7. Яркина Т.В. Управление сбытом предприятий перерабатывающих отраслей агропромышленности Крыма.- М.:АгроНИИТЭПП, 1990.- С.16.

Кулипанов К.А.

ПУТИ УЛУЧШЕНИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННО-КОМБИНАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ТРУДА В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ НА ОСНОВЕ БОЛЕЕ ТОЧНОГО УЧЕТА В ДЕНЕЖНОЙ ФОРМЕ ЕГО ЗАТРАТ И РЕЗУЛЬТАТОВ

Постановка проблемы. Ценностные, оценочные и стимулирующие экономические отношения в советский период были весьма далеки от идеала, они требовали глубокого и конструктивного реформирования.

Перед таким реформированием объективно стояли две задачи:

- а) перейти с середины 50-х годов от экономики мобилизованного типа, которая была не просто оправдана, а жизненно необходима в период 30-х - первой половины 50-х годов;
- б) найти оптимальную степень и форму сочетания планово-распределительного и рыночно капиталисти-