

Sedikova I. A.

Odessa National Academy of Food Technologies

MANAGEMENT OF INFORMATION ASYMMETRY AS A FACTOR OF COMPETITIVE GRAIN MARKET

Summary

This paper investigates the definition of «information asymmetry» and its influence on the development of competition in the grain market. It is proved that the stable development of the economy competitive environment is formed only under conditions of asymmetric information; in unstable – the development of competition implies lower information asymmetry. The algorithm processes regulating competitive market-based management of information asymmetry.

Key words: grain, market, information asymmetry, competition, management of the quality of grain, transaction costs.

УДК 005.334:336.6

Семенчук Т. Б.

Загороднюк Н. А.

Київська державна академія водного транспорту імені гетьмана Петра Конашевича-Сагайдачного

УДОСКОНАЛЕННЯ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ДЛЯ ТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті сформовано визначення «антикризове управління» та удосконалено етапи антикризового управління підприємствами. За допомогою дослідження існуючих методик оцінки та діагностики кризових процесів на підприємствах обґрунтовано необхідність створення специфічної оцінки ефективності антикризового управління для підприємств транспортної галузі.

Ключові слова: оцінка ефективності антикризового управління, антикризове управління, підприємства транспортної галузі, процес антикризового управління.

Постановка проблеми. За сучасних складних та динамічних умов господарювання підвищуються вимоги до застосування вітчизняними підприємствами найбільш ефективних методів управління. У разі, якщо такі методи не знаходять свого використання, виникає велика вірогідність активації кризових процесів. Звідси часто вживаним стає поняття антикризового управління як засобу попереднього або поточного подолання чи мінімізації наслідків таких процесів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Методи антикризового управління сформовані та проаналізовані в працях таких зарубіжних вчених, як: Г. Бірман, Р. Брелі, Дж. Фіннері, С. Шмідт, Р. Хіт. Серед вітчизняних науковців, предметом розгляду яких були різноманітні теоретико-методологічні та прикладні аспекти антикризового управління, є: З.Є. Шершньова, В.О. Василенко, В.Я. Захаров, Л.О. Лігоненко, А.Г. Грязнова, А.А. Биков, Т.Н. Беляцька та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Автори вищевказаних робіт по-різному дивляться на проблему кризи й кризову ситуацію в цілому, тому їх думки розрізняються. Наприклад, одні розглядають антикризове управління з погляду існуючих проблем фінансового характеру на рівні підприємства із виникненням негативної ланцюгової реакції в інших підприємств [1, с. 138]. Інші розглядають проблеми, які пов'язані не тільки з кризою якогось окремого підприємства, але й із несприятливими фінансовими умовами в економіці країни в цілому [2, с. 71]. Але всі існуючі методи антикризового управління, в основі яких є оцінка виявлення кризового стану, є загальні для підприємств та жодна з них не враховує особливості транспортної галузі. Проведен-

ня оцінки кризового стану транспортного підприємства по загальним методикам дає недостатньо зважений результат.

Відповідно? шляхи виходу з кризи не враховують всі можливі резерви покращення роботи транспортного підприємства. У зв'язку з цим виникає необхідність удосконалення оцінки кризового стану для транспортних підприємств як основи процесу антикризового управління.

Метою статті є теоретичне узагальнення сучасних методик оцінки кризового стану підприємств як основи процесу антикризового управління та обґрунтування необхідності удосконалення специфічної оцінки ефективності антикризового управління для підприємств транспортної галузі, зважаючи на їх стан розвитку та специфічність діяльності.

Виклад основного матеріалу. У будь-якому суспільстві як цілісній соціально-економічній системі, його окремих сферах або ланках час від часу відбуваються кризові явища, які загрожують існуванню самої системи. Найбільш істотне значення має подолання кризових станів на підприємствах. Їх кризовий стан відображається в тому, що погіршуються фінансові результати їх діяльності, вони стають нездатним отримувати прибуток, наслідком чого може бути банкрутство. Незважаючи на те, що підприємства поступово виходять з кризи, цей процес потребує прискорення. Основним засобом виживання підприємства у таких умовах виступає антикризове управління.

Антикризове управління – це така система управління підприємством, яка має комплексний, системний характер і спрямована на запобігання або усунення несприятливих для бізнесу явищ за допомогою використання всього потенціалу сучас-

ного менеджменту, розробки і реалізації на підприємстві спеціальної програми, яка має стратегічний характер, що дозволяє усунути тимчасові труднощі, зберегти і примножити ринкові позиції за будь-яких обставин, спираючись на власні ресурси [3]. Для більш чіткого уявлення про антикризове управління автори статті пропонують наступні сформовані етапи проведення даного комплексу. Основні етапи антикризового управління зображено на рисунку 1.



Рис. 1. Основні етапи антикризового управління

Криза підприємства викликається невідповідністю його фінансово-господарських параметрів параметрами навколишнього середовища. Причинами кризи на підприємстві можуть бути різні фактори зовнішнього і внутрішнього середовища. Однак, незважаючи на різноманітність чинників, які можуть призвести до кризи на підприємстві, в більшості випадків такими чинниками є недоліки управління.

Процес антикризового управління має передбачати цілеспрямованість, послідовність, своєчасність прийняття рішень та їх адаптованість у процесі життєдіяльності підприємства. Повинно охоплювати всі підсистеми управління підприємством: операційну, технічну, фінансову, стратегічну, маркетингову, кадрову. Визначені підсистеми не функціонують ізольовано. Основна мета антикризового управління полягає в узгодженості та координації дій між цими системами, створенні умов для їх працездатності. Антикризове управлін-

ня повинно враховувати сучасний етап розвитку теорії і практики менеджменту, механізми упередження і подолання кризових явищ [4, с. 108].

Особливого значення набуває подолання кризового стану на підприємствах транспортної галузі. Оскільки сьогодні вони мають значний знос основних виробничих фондів, недостатній обсяг інвестицій, необхідних для оновлення та забезпечення інноваційного розвитку матеріально – технічної бази галузі, обмеженість бюджетного фінансування та амортизаційних відрахувань, недосконалість механізму лізингу та інше [5]. За даними Державної служби статистики України, протягом 2007-2013 років спостерігався нестійкий тип фінансової стійкості підприємств транспортної галузі. Дане явище характеризується нестачею власних оборотних коштів для фінансування запасів і витрат та збитковість діяльності підприємств зазначеної галузі. Про це свідчить аналіз даних таблиці 1.

Аналіз даних вказує на те, що, не дивлячись на постійну стабільну роботу підприємств транспорту, на що вказують розміри ВВП, їх прибуток має менш стабільну динаміку. Так, прибуток був найменший в 2009 році та зменшився майже в 8 разів відносно попереднього періоду, це є наслідок фінансової кризи, хоча загалом по економіці цей спад був значно менший. З того часу є стабільна тенденція до збільшення розмірів прибутку підприємств транспорту, хоча в 2013 році його рівень менший в 2 рази, ніж 7 років тому. Власні обігові кошти галузі транспорту вказують на дуже погану ситуацію щодо їх стану. Порівняно з економікою в цілому можна лише зазначити, що актуальність оцінки рівня кризи саме для підприємств транспорту є пріоритетним у їх розвитку.

Для підприємств транспортної галузі вирішення поставленої задачі щодо оцінювання необхідності прийняття заходів антикризового управління може стати основою не лише для попередження негативних наслідків від реалізації некоректного управлінського впливу, але й недопущення збільшення періоду між моментами виникнення кризового явища, його визначенням та початком здійснення антикризових заходів. Результат може проявлятися через зменшення витрат на впровадження подібних заходів.

Оцінка кризового стану підприємства розглядається як один з напрямів економічної діагностики та тісно пов'язана з діагностикою загрози банкрутства. Сучасні моделі і методи діагностики кризи на підприємствах України, мають ряд переваг і недоліків щодо визначення спроможності їх адаптації до сучасних економічних умов господарювання.

Аналіз літературних вітчизняних та закордонних джерел вказав, що універсальних методик ан-

Таблиця 1
Аналіз обсягу власних оборотних коштів, валового внутрішнього продукту та прибутку на підприємствах транспорту та зв'язку та по економіці України в цілому у 2007-2013 рр., млн грн [6]

Роки	ВОК (млн грн)		ВВП (млн грн)		Прибуток (млн грн)	
	по транспортній галузі	по економіці в цілому	по транспортній галузі	по економіці в цілому	по транспортній галузі	по економіці в цілому
2007	-32382,9	272544,5	135074	720731	7356,2	207883
2008	-46378,9	290574,1	172314	948056	8945,6	272896
2009	-73878,1	321723,5	182914	913345	1020,5	239472
2010	-71629,2	351376,0	209444	1082569	1348,7	295241
2011	-70846,3	412843,3	258843	1302079	2839,8	352974
2012	-69745,0	432851,0	263461	1408889	3087,1	365421
2013	-68534,2	442759,3	270475	1568432	3956,4	370487

* сформовано авторами за даними [6]

тикризового управління, а також функціонування підприємства в цей період без істотних затрат не існує, але є досвід попередніх криз, що дозволяє оцінити доцільність механізму антикризового управління на підприємстві в цілому. У економічній літературі пропонується декілька відмінних методик і математичних моделей оцінки та діагностики кризових процесів на підприємствах.

Перші дослідження аналітичних коефіцієнтів для передбачення можливих ускладнень у фінансовій діяльності компаній проводилися в США ще на початку тридцятих років [7]. У сучасній практиці фінансово-господарської діяльності зарубіжних фірм для оцінки кризових процесів найбільш широкое застосування отримали моделі, розроблені:

Альтманом (Z2) – двофакторна модель прогнозування вірогідності банкрутства, в основі якої лежать коефіцієнти поточної ліквідності та частки залучених коштів у капіталі підприємства;

• Савицькою (Св) – рейтингова методика прогнозування банкрутства, в основі якої лежать коефіцієнти абсолютної, швидкої та поточної ліквідності, автономії, забезпеченості власними обіговими коштами, забезпеченості запасів власним обіговим капіталом [8, с. 198-206];

• Таффлером (Т) – модель прогнозування банкрутства, базу для розрахунків у межах якої становлять оборотні активи, операційний прибуток, кредиторська заборгованість, дохід (виручка);

• Бівером (Б) – модель оцінки фінансового стану компанії, в основі якої серед інших факторів лежать коефіцієнти поточної ліквідності та забезпеченості власними обіговими коштами, фінансовий леверидж;

• Кремнем (Кр) – методика розрахунку індикаторів фінансової стійкості, базу для розрахунків у межах якої становлять оборотні активи, сума активів, власний капітал, довгострокові пасиви, короткострокові пасиви [9, с. 112];

• Іркутською державною економічною академією (І) – чотирифакторна методика прогнозування банкрутства, в основі розрахунків якої лежать

оборотні активи, чистий прибуток, дохід (виручка), інтегральні витрати;

• Аргентом (А) – методика розрахунку показника, базу якої серед інших факторів становлять частка залучених коштів у капіталі підприємства та забезпеченість власними обіговими коштами;

• Коваленком (К) – методика грошового потоку, в основі якої лежать чистий грошовий потік та залишок грошових коштів на поточному рахунку та в касі [10, с. 388];

• Соколовою (Ск) – методика моніторингу граничних показників підприємницької діяльності базу якої становлять рівні кредиторської та дебіторської заборгованості;

• Шаховською (Ш) – методика визначення індикаторів розвитку фінансової мікросистеми, в основі якої лежать частка ринку та маркетинговий бюджет [11, с. 116].

Однак, як відзначають багато вітчизняних авторів, численні спроби застосування іноземних моделей оцінки та діагностики кризових явищ на підприємстві у наших умовах не принесли досить точних результатів. Були запропоновані різні способи адаптації «імпортних» моделей до вітчизняних господарських умов, зокрема «Z-рахунку» Е. Альтмана і двофакторної математичної моделі.

Всі методики включають в себе декілька (від двох до семи) ключових показників, що характеризують фінансовий стан комерційної організації. На їх основі в більшості з названих методик розраховується комплексний показник ймовірності банкрутства з ваговими коефіцієнтами у індикаторів. Ці методики та моделі повинні дозволяти прогнозувати виникнення кризової ситуації комерційної організації заздалегідь, ще до появи її очевидних ознак.

Однак у моделях зарубіжних авторів не враховуються деякі важливі показники, специфічні для українського ринку, наприклад, частка грошової складової у виручці. Період прогнозування у вищезгаданих методиках і моделях коливається від трьох-шести місяців до п'яти років, а в деяких

Таблиця 2

Показники, що характеризують перебіг антикризового процесу на підприємстві

Показник	Методика, що передбачає використання зазначеного показника										
	Z2	Z5	Св	Т	Б	Кр	І	А	К	Ск	Ш
Частка залучених коштів у капіталі підприємства	+							+		+	
Частка оборотних активів у загальній вартості активів		+		+		+	+				
Рентабельність продажів		+		+		+	+				
Рентабельність активів		+			+		+				
Коефіцієнт абсолютної ліквідності			+								
Коефіцієнт швидкої ліквідності			+								
Коефіцієнт поточної ліквідності	+		+		+						
Коефіцієнт автономії			+								
Коефіцієнт забезпеченості власними обіговими коштами			+	+	+			+			
Коефіцієнт забезпеченості запасів власним обіговим капіталом			+								
Фінансовий леверидж					+						
Чистий грошовий потік									+		
Залишок грошових коштів на поточному рахунку та в касі									+		
Рівень кредиторської заборгованості						+				+	
Рівень дебіторської заборгованості						+				+	
Доля ринку											+
Маркетинговий бюджет											+

моделях термін прогнозування взагалі не вказується. В умовах нестабільної і динамічно реформованої до ринкових відносин економічної системи України використання періоду прогнозування, рівного п'яти років передчасне, тому необхідно використовувати більш короткі проміжки часу (до одного-двох років). Крім того, всі перераховані методики враховують стан показників лише на момент аналізу, а зміни динаміки показників в часі не розглядаються. У деяких методиках використовуються показники, що відрізняються високою позитивною або негативною кореляцією або функціонально залежністю між собою. Це призводить до непотрібного ускладнення цих методик, не збільшуючи точності прогнозування. Зазначені методики дають можливість визначити ймовірність наближення лише стадії кризи комерційної організації і не дозволяють прогнозувати настання фази росту та інших фаз її життєвого циклу.

Використавши перераховані методики як експертні оцінки, можна створити власну сучасну та ефективну методику оцінки ефективності антикризового управління на підприємствах транспортної галузі для прогнозування можливих майбутніх кризових явищ.

Для досягнення поставленої мети пропонується розв'язати такі завдання:

- проаналізувати показники, які лежать в основі кількісних методик оцінювання ефективності антикризового процесу на підприємстві (таблиця 2);

- запропонувати власну специфічну методику оцінки ефективності антикризового управління для підприємств транспортної галузі.

Аналіз отриманих результатів дозволяє побачити, що найбільш вагомими показниками (такими, що мають три та більше використань у окремих методиках), які характеризують перебіг антикризового процесу на підприємстві, є:

- коефіцієнт забезпеченості власними обіговими коштами;
- частка оборотних активів у загальній вартості активів;

- рентабельність продажів;
- рентабельність активів;
- коефіцієнт поточної ліквідності;
- частка залучених коштів у капіталі

Відповідно, скористаємося цими показниками при розробці власної оцінки ефективності механізму антикризового управління на підприємстві. Але є ще специфічні показники для підприємств галузі транспорту, які характеризують роботу транспортних засобів і в цілому підприємств. А саме: пропускна спроможність транспортних споруд (дорога, станція, порт, канал), перевізна спроможність транспортних одиниць, продуктивність праці, собівартість перевезень, доходна ставка та рентабельність.

Висновки і пропозиції. Процес формування оцінки ефективності антикризового управління для підприємств є достатньо складним процесом на сьогодні, з огляду на некоректний управлінський вплив, через загострення політичної та макроекономічної нестабільності у державі та наростання невизначеності зовнішнього середовища, особливо для транспортної галузі.

Аналіз існуючих методик оцінки та діагностики кризових процесів на підприємствах дозволив сформувати власну оцінку ефективності антикризового управління на підприємствах транспорту за допомогою кількісних методик та експертних оцінок вітчизняних та зарубіжних науковців, а також специфічних показників для підприємств галузі транспорту.

Дана оцінка за допомогою системи показників характеризує результативність діяльності суб'єкта господарювання як економічної системи, аналізує фінансовий стан підприємств та дозволяє виявити стан кризової ситуації та запропонувати шляхи для їх усунення.

Запропонована автором специфічна оцінка ефективності антикризового управління для підприємств транспортної галузі дозволить врахувати всі специфічні фактори роботи таких підприємств, що дозволить знайти резерви розв'язання кризових явищ та подолання загроз, які склалися в управлінні підприємством.

Список літератури:

1. Свиридов А. К. Антикризисное управление: принятие решений на краю пропасти / А. К. Свиридов // Проблемы теории и практики управления. – 1999. – № 4. – С. 19-26.
2. Айвазян З. А. Антикризисное управление : сущность стабилизационной программы / З. А. Айвазян, В. В. Кириченко // Эксперт. – 2001. – № 8.
3. Терещенко О. О. Фінансова санація та банкрутство підприємств / Терещенко О. О. – К. : КНЕУ, 2000. – 412 с.
4. Баринов В. А. Антикризисное управление : учебное пособие / В. А. Баринов. – М. : ИД «ФБК-ПРЕСС», 2002. – 520 с.
5. Транспортна стратегія України на період до 2020 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2174-2010-p>.
6. Фінансовий стан підприємств України Аналітичний статистичний огляд. – Суми ДВНЗ «УАБС НБУ», 2012. – 69 с.
7. Ковальов В.В. Введення у фінансовий менеджмент. – М. : Фінанси і статистика, 2000.
8. Баринов В. А. Антикризисное управление : учебное пособие / В. А. Баринов. – М. : ИД «ФБК-ПРЕСС», 2002. – 520 с.
9. Кремень В. М. Оцінювання фінансової стійкості підприємства / В. М. Кремень, С. Я. Щепетков // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 1. – С. 107-116.
10. Коваленко О. Г. Антикризисное финансовое управление денежными потоками / О. Г. Коваленко // Вестник Казанского технологического университета. – 2008. – № 6. – С. 387-391.
11. Шаховская Л. С. Индикативное планирование как основа стратегического развития промышленного предприятия : монография / Л. С. Шаховская. – М. : Высшая школа, 2002. – 280 с.

Семенчук Т. Б.
Загороднюк Н. А.

Киевская государственная академия водного транспорта имени гетьмана Петра Конашевича-Сагайдачного

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ДЛЯ ТРАНСПОРТНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Резюме

В статье сформировано определение «антикризисное управление» и усовершенствованы этапы антикризисного управления предприятиями. С помощью исследования существующих методик оценки и диагностики кризисных процессов на предприятиях обоснована необходимость создания специфической оценки эффективности антикризисного управления для предприятий транспортной отрасли.

Ключевые слова: оценка эффективности антикризисного управления, антикризисное управление, предприятия транспортной отрасли, процесс антикризисного управления.

Semenchuk T. B.
Zagorodniuk N. A.

Kyiv State Maritime Academy named after hetman Petro Konashevich-Sahaydachnyi

IMPROVING THE EFFICIENCY ASSESSMENT FOR CRISIS MANAGEMENT OF TRANSPORTATION COMPANIES

Summary

This article forms the definition of «crisis management» and improves stages of enterprises crisis management. Using existing research methods of evaluation and diagnosis of critical business processes this paper proves the necessity of creating a specific effectiveness assessment of the crisis management for the transport industry.

Key words: effectiveness evaluation of the crisis management, crisis management, transport industry, process of crisis management.

УДК 33.658.8

Сініцина Т. А.

Одеський національний політехнічний університет

КЛІЄНТООРІЄНТОВАНИЙ МАРКЕТИНГ НА БАЗІ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Досліджено питання застосування сучасних інформаційних технологій у клієнтоорієнтованій маркетинг компанії. Проведено огляд сучасних інформаційних клієнтоорієнтованих технологій. Розглянуті підходи щодо вибору CRM-систем та оцінки важливості її впровадження в ту чи іншу компанію.

Ключові слова: клієнтоорієнтований маркетинг, клієнт-орієнтована стратегія, інформаційні технології, клієнтоорієнтована технологія, CRM-система.

Постановка проблеми. Компанії, які вдаються до клієнтоорієнтованого маркетингу сьогодні зрушують увагу з індивідуальних продажів продукту на клієнтів. При цьому компанія намагається виробити більш детальне розуміння своїх клієнтів, а також провести ряд аналізів, що включають: аналіз вигідності клієнтів; аналіз відповідних дій конкурентів; управління лояльністю і «плинністю» клієнтів; аналіз клієнтських оцінок компанії; аналіз лояльності клієнтів; аналіз контролю та виявлення підробок; аналіз управління ризиками; аналіз випадків несплати рахунків [1].

Для вирішення цих задач в останні роки активно розвивається концепція CRM (Customer Relationship Management – управління взаємовідносинами з клієнтами), яка передбачає використання передових управлінських та інформаційних технологій для оптимізації взаємовідносин з клієнтами.

Управління відносинами з клієнтами (Customer Relations Management, CRM) – це стратегія, заснована на застосуванні таких управлінських та інформаційних технологій, за допомогою яких компанії акумулюють знання про клієнтів для ви-

будовування взаємовигідних відносин з ними. Подібні відносини сприяють збільшенню прибутку, так як залучають нових клієнтів і допомагають утримати старих [2].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемі формування і розвитку маркетингових інновацій приділено увагу в працях науковців, серед яких можна відзначити таких, як Т. Амблер, Ж. Ламбен, М. Джонстон, Ф. Котлер, О.А. Клепікова, Г. Маршалл, А. В. Войчака, С.В. Башлай, С. М. Ілляшенко, О.Ф. Шаповал, М. А. Окландер та ін.

Поряд з тим, низка важливих питань впровадження сучасних інформаційних маркетингових технологій з метою побудови дієвої системи управління конкурентними вагами підприємств, розвитку та зміцненні відносин з ретельно вибраними клієнтами, збільшенні вигоди клієнта, підвищенні корпоративного прибутку, а значить, і максимізації прибутку інвесторів потребує окремого дослідження.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. В Україні розвиток та застосування клієнтоорієнтованих інформаційних технологій зна-