

1. Вумек Д., Джонс Д. Бережливое обеспечение: как построить эффективные и взаимовыгодные отношения между поставщиком, и потребителем: Пер. с англ. / Дж.П. Вумек, Д.Т. Джонс. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 264 с.
2. Джордж МЛ. Бережливое производство в шесть сигма: комбинируя качество шести сигма со скоростью бережливого производства: Пер. с англ. / МЛ. Джордж. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 360 с.
3. Хамел Г., Прахалад К. Конкурируя за будущее. Создание рынков завтрашнего дня.: Пер. с англ./Г. Хамел, К.К. Прахалад. – М.: Олимп – Бизнес, 2002. – 288 с.
4. Присухін С.І. Філософія: Наем, посів. – У 2 ч. - Ч. II. Система філософії у визначеннях, поясненнях, схемах, таблицях. – К.: КНЕУ, 2006. – 168 с.

Annotation. In the article the opportunities of implementing management concepts for providing the competitiveness of firm infrequently changeable market conditions are examined. The particularities which characterize its correspondence to customer value orientations are picked out.

Key words: value stream flow, operations system, lean production.

Dr Dariusz Nowak

Akademia Ekonomiczna w Poznaniu Katedra Ekonomiki Produkcji

Wybor dostawcy w kooperacji przemysłowej

Wprowadzenie

Jednym z najbardziej istotnych elementów charakteryzujących współczesną rzeczywistość gospodarczą jest kooperacja, czyli współdziałanie i współpraca pomiędzy przedsiębiorstwami. Pozwala ona na tworzenie i rozwój specyficznych więzi, które z jednej strony gwarantują długoletnią współpracę, z drugiej natomiast przyczyniają się do podejmowania nowych wyzwań, wyznaczania nowych celów i zadań a tym samym do działań innowacyjnych.

Kooperujące przedsiębiorstwa są w znacznym stopniu od siebie zależne. Zależność ta jest związana z poziomem posiadanego potencjału wytwórczego, doświadczeniem produkcyjnym, zasobami oraz świadomością kadry zarządzającej, a więc z formą i jakością oferowanej współpracy. Wysoki poziom świadczonych usług przyczynia się do podnoszenia efektywności całego systemu, w którym udział bierze wiele przedsiębiorstw w ramach tworzenia wartości produktu. Poszczególne ogniwa łańcucha muszą poprawić swoje procesy produkcyjne, programy, unowocześnić i modyfikować produkty, podnosić kwalifikacje. Niedostosowanie się do wymagań układu może skutkować obniżeniem rentowności a w skrajnych przypadkach utratą rynków. W ramach współpracy pomiędzy przedsiębiorstwami, bardzo istotnego znaczenia nabiera prawidłowy wybór partnerów, którzy współuczestniczą w tworzeniu wartości. W ramach tego doboru przedsiębiorstwa mogą stosować różnego rodzaju kryteria, które warunkują możliwość inicjacji współpracy. Tak, więc dobór odpowiednich parametrów, które muszą spełnić potencjalni partnerzy decyduje o efektywności całego łańcucha wartości.

Kooperacja przemysłowa

Znaczenie pojęcia kooperacji ewoluje wraz ze zmianami rynkowymi oraz organizacjami na nim funkcjonującymi. W latach 80-tych poprzez kooperację rozumiano tradycyjne umowy kupna – sprzedaży lub inne umowy zbliżone w formie i treści, poczynając od prostej umowy prawa gospodarczego do umów kompleksowych, których celem było zapewnienie pełnego współdziałania i współzależności stron. Zgodnie z tą definicją, każda współpraca pomiędzy przedsiębiorstwami, zajmującymi się produkcją określonych dóbr traktowana była jako pewna forma kooperacji.¹ U podstaw tak rozumianego pojęcia była chęć racjonalnego wytwarzania i sprzedaży oraz stworzenie takich warunków, których celem było podnoszenie rentowności działania.² Oznaczała ona formę organizacji pracy, zaopatrzenia, dostaw oraz współpracę produkcyjną. Wskazywano, że termin kooperacja zawierał w sobie:

- współpracę ludzi w procesie produkcji,
- formę organizacji pracy w przedsiębiorstwie, opartą na podziale pracy,
- współpracę przedsiębiorstw produkcyjnych.

Etymologia słowa kooperacja swoje źródło ma w łacińskim *cooperatio*, które oznaczało określone umową współdziałanie kilku osób. Współcześnie znaczenie terminu kooperacja nie jest jednoznaczne. W funkcjonujących pojęciach można wskazać jednak wiele cech wspólnych. Najprościej kooperację można definiować jako proces współpracy lub współdziałania dwóch lub więcej jednostek w celu osiągnięcia czegoś, do czego dążą obydwie strony.⁵

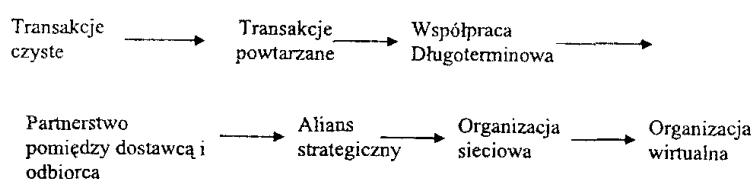
Większość jednak autorów kooperację utożsamia z działalnością przedsiębiorstw. Według Wielkiej Encyklopedii PWN „kooperacja przedsiębiorstw jest to współpraca między przedsiębiorstwami w procesie produkcji dóbr i usług. Polega na współpracy dwóch lub większej liczby przedsiębiorstw w ramach tego samego lub różnych, ale związanych ze sobą procesów produkcyjnych w celu wytworzenia określonego dobra”.⁶

Prezentowana definicja nie wydaje się pełna, pomija wiele związków pomiędzy przedsiębiorstwami, które nie mają cech współdziałania w procesach tworzenia produktów i usług, a mają przesłanki współpracy, na przykład w zakresie zabezpieczenia części zamiennych potencjału wytwórczego lub wspólnego występowania celem zwiększenia własnej siły przetargowej. Są to związki przedsiębiorstw, które zawierają porozumienia i występują wspólnie wobec producentów dóbr i usług. Solidarnie ponoszą koszty transakcji dzieląc je równo pomiędzy siebie lub w zależności od udziału w zawartej umowie.

Współcześnie kooperację rozumie się jako współdziałanie firm pozwalające na uzyskanie dodatkowych, wzajemnych korzyści w procesie osiągania różnych celów indywidualnych podporządkowanych osiągnięciu celu nadrzędnego, dla którego dany układ został powołany⁷. Wchodząc w związki kooperacyjne przedsiębiorstwa dążą do uzyskania korzyści płynących z zastosowania odpowiedniej wielkości skali produkcji oraz obniżenia jej kosztów, w zakresie działalności badawczo - rozwojowej, procesów produkcyjnych, kosztów materiałowo-zaopatrzeniowych, dystrybucji, transakcji itp. Wskazuje się, że odchodzi się od pionowych relacji w łańcuchu tworzonej wartości na rzecz poziomych, które charakteryzowane są poprzez przepływ wiedzy i umiejętności, a także niepowtarzalnych taktycznych uwarunkowań współpracy przedsiębiorstw. Należy zaznaczyć, że przedsiębiorstwa zajmujące się produkcją końcową skupiają się na procesach, które nie przekraczają 15% tworzonej wartości dodanej. Podstawową korzyścią współdziałania organizacji gospodarczych jest możliwość osiągnięcia przewagi konkurencyjnej, wynikająca z efektu synergii, którą można zdefiniować jako różnicę pomiędzy rezultatem osiąganym przez rzeczywisty podmiot złożony z części, które z sobą współdziałają a sumą efektów osiąganych przez poszczególne ogniwa w przypadku braku pomiędzyzłożoną budowę wewnętrzną organizacji, składającą się ze współpracujących części, o różnym charakterze i zakresie współpracy, tworzenie się relacji pomiędzy poszczególnymi ogniwami, które charakteryzują się możliwością dostosowywania poszczególnych elementów.

Współpraca pomiędzy przedsiębiorstwami powstaje w wyniku różnorodnych procesów, o wielokierunkowym zakresie w rezultacie, których powstają pomiędzy nimi więzi o zmiennym natężeniu, sile i trwałości. Tendencją charakteryzującą współczesne kontakty pomiędzy podmiotami gospodarczymi jest przechodzenie od luźnych związków, opisywanych przez tak zwane transakcje czyste (podejście transakcyjne) do współpracy integracyjnej, która polega na zespalaniu celów, struktur oraz funkcji poszczególnych uczestników. Najwyższą formą współpracy jest integracja sieciowa polegająca na budowie złożonych, wieloaspektowych struktur organizacyjnych, w skład których wchodzi wiele przedsiębiorstw, reprezentujących różne zasoby, które charakteryzują się specyficznymi kluczowymi zasobami¹². W wyniku nawiązywania współpracy pomiędzy przedsiębiorstwami dochodzi do tworzenia się specyficznych więzi, które z jednej strony gwarantują zbyt tworzonej produkcji, z drugiej natomiast przyczyniają się do podejmowania szeregu działań mających na celu wzrost konkurencyjności kooperujących podmiotów.

Rys. 1 Rodzaje relacji występujące na rynku przedsiębiorstw pomiędzy dostawcą i odbiorcą



Źródło: Frederic E. Webster, The Changing Role of Marketing in the Corporation, Journal of Marketing, 1992, vol. 56, s.5

Zakres, forma oraz koszty związane z dostosowywaniem się zależą od rodzaju relacji, oraz znalezienia dostarczanych elementów w systemie produkcyjnym odbiorcy. Przechodzenie na wyższe poziomy współpracy związane jest również z drastycznym spadkiem liczby kooperantów, którzy uczestniczyli w tworzeniu produktu. Ograniczanie liczby partnerów oraz umiejętność tworzenia i pogłębiania związków kooperacyjnych z wybranymi podmiotami może stanowić o sukcesie przedsiębiorstwa i budowie jego przewagi konkurencyjnej z uwagi na fakt, że ich jakość wpływa w sposób bezpośredni na relację firmy z nabywcami¹³. Osittganie korzyści w partnerskim układzie wymaga, zatem tworzenia efektywnych więzi pomiędzy wszystkimi uczestnikami oraz integracji działań pomiędzy nimi¹⁴. Powstające w ten sposób układy charakteryzują się wieloma korzyściami, takimi jak:

- szybsza i pełniejsza wymiana informacji,
- poprawa jakości produktów i usług,
- możliwości uzyskania preferencyjnych cen od dostawców,
- wspólnych prac badawczo-rozwojowych,
- skrócenia cykli realizacji zamówień,
- wzrostu satysfakcji i lojalności klientów,

- poprawy wizerunku firmy,
- większej skuteczności działania w porównaniu z konkurentami,
- mniejszych kosztów i większych zysków w dłuższym okresie.

Dążenie do zwiększania konkurencyjności i podnoszenia efektywności funkcjonowania przedsiębiorstw wymusza konieczność poszukiwania najbardziej optymalnego układu związków z partnerami. Ze względu jednak na ograniczony przepływ informacji dany układ optymalny może być tylko w danych warunkach, co oznacza, że przy innym zestawie informacji, w innym czasie, i w innej przestrzeni można dokonać znaczącej rekonstrukcji powiązań o wyższym standardzie, innym zakresie współpracy, przy innych czynnikach ograniczających. Kooperacja, zatem niesie dla jej uczestników" zarówno korzyści, jak i zagrożenia, które mogą skutecznie hamować przechodzenie na wyższe poziomy relacji.

Tab. 1. Zagrożenia i korzyści współpracy pomiędzy przedsiębiorstwami

Korzyści współpracy	Zagrożenia współpracy
<ul style="list-style-type: none"> - stały zbytny - pewne i ustalone przychody i zyski - możliwość wykorzystania wiedzy i umiejętności partnerów - możliwość korzystania ze wspólnych baz zaopatrzeniowych - szeroki dostęp do sieci sprzedaży - możliwość szkoleń i treningów - możliwość wykorzystania efektu krzywej doświadczeń (minimalizacja kosztów produkcji) - ciągłe doskonalenie w celu sprostania wymaganiom partnerów - indywidualny charakter współpracy - ograniczanie ryzyka - obniżenia kosztów całkowitych prowadzenia działalności [total cost of ownership] - uzyskanie nowych technologii do wykorzystania w produkcji lub rozwiązaniach informacyjnych, - dostępu do rynku globalnego 	<ul style="list-style-type: none"> - możliwość utraty tożsamości - duża kontrola ze strony partnerów - utrata pozycji konkurencyjnej na innych rynkach - możliwość dużego uzależnienia się od innych przedsiębiorstw - możliwość utraty autonomii - trudności z wyjściem z układu - konieczność ponoszenia kosztów współpracy - konieczność dostosowywania się do warunków cenowych, jakościowych i innych warunkujących współpracę - obniżenie zysków - utrata siły przetargowej

Źródło: opracowanie własne na podstawie: I. Dembińska-Cyran, J. Hołub-Iwan, J. Perenc, Zarządzanie relacjami z klientem, Difin, Warszawa 2004, Ian H. Gordon, Relacje z klientem, Marketing partnerski, PWE, Warszawa 2001, Współdziałanie gospodarcze przedsiębiorstw, praca zbiorowa pod redakcją J. Lichtarskiego, PWE, Warszawa 1992.

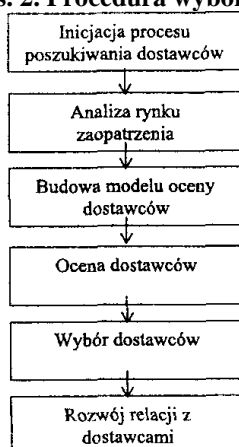
Wybór dostawców

Stosowane w przeszłości podejście do współpracy polegało na traktowaniu dostawców jako przeciwników, od których należy uzyskać jak najlepsze warunki, bez istotnego rozpatrywania wpływu transakcji na ich funkcjonowanie. W modelu takim dominowały stosunki antagonistyczne, w których strona o większej sile przetargowej wywierała presję na stronę słabszą. Podstawowym obszarem walki była niska cena, która determinowała współpracę pomiędzy stronami. Współcześnie model taki uległ zmianie ze względu na rosnącą konkurencyjność globalną i tworzenie się sieci współzależności, w których każdy z partnerów wykorzystuje swoje kluczowe kompetencje w celu zwiększenia pozycji konkurencyjnej tworzącego się układu. Przedsiębiorstwa koncentrują się na wąskim zakresie zagadnień odpowiadającym zasadniczym specjalnościom przedsiębiorstwa ograniczając szerokość zadań produkcyjnych wykonywanych własnymi siłami. Proces dezintegracji działalności polega na identyfikacji kluczowych kompetencji przedsiębiorstwa, rozumianych jako cechy, umiejętności, sposoby działania, które zapewniają najwyższy stopień realizacji wyznaczonych zadań, lub obszarów o krytycznym charakterze w tworzeniu wartości. Celem podejmowanych działań jest osiągnięcie w wąskim zakresie trwałej i zdecydowanej przewagi nad innymi uczestnikami tego samego segmentu rynku głównie w zakresie odmienności, funkcjonalności, użyteczności wytwarzanych wyrobów czy świadczonych usług¹⁶. Pozostałe obszary, które nic mają dla przedsiębiorstwa znaczenia krytycznego są zlecane na zewnątrz firmom współpracującym¹⁷.

Dezintegracji działalności przedsiębiorstwa towarzyszą trendy związane z drastycznym zmniejszeniem liczby firm współpracujących pozostających w bezpośrednich kontaktach z producentami wyrobów finalnych¹⁸. Ograniczenie ilości firm kooperujących w ramach realizowanego łańcucha wartości zmusza przedsiębiorstwa do określenia podstawowych cech, jakie musi posiadać potencjalny partner w celu sprostania stawianym zadaniom¹⁹, oraz roli, jaką będzie pełnił w tworzeniu łańcucha wartości. Rola pełniona przez dostawców zależy od znaczenia i udziału dostarczanych przez nich produktów z kooperacji w finalnym produkcie oraz od typu powiązań w relacji dostawca - nabywca. Ograniczając liczbę kooperantów przedsiębiorstwa muszą podejmować działania mające na celu odpowiedni dobór partnerów. Wybór dostawców, a raczej partnerów w kreacji wartości powinien być przeprowadzony bardzo starannie w oparciu o kryteria, które są zależne od rodzaju organizacji, celu, jaki ma spełnić dany dostawca oraz roli, jaką mu przypisał organizator sieci. Dobierając partnerów organizacje mogą

stosować procedury uproszczone lub bardziej złożone. Jest to uzależnione od zamawianej ilości, wartości zamówienia, a przede wszystkim znaczenia dostawy dla nabywcy.

Rys. 2. Procedura wyboru dostawcy



Źródło: M. Brzeziński. *Logistyka w przedsiębiorstwie*, Bellona, Warszawa 2006, s. 53

W Polsce podstawowym kryterium wykorzystywanym przy doborze dostawców przez przedsiębiorstwa jest cena, która często ma znaczenie zasadnicze, w drugiej kolejności wskazuje się jakość i niezawodność realizacji zamówienia. Należy zwrócić uwagę, że polskie przedsiębiorstwa często ceny zakupu materiałów i surowców nie utożsamiają z całkowitym kosztem transakcji. Oferowana cena zakupu jest, bowiem jednym z elementów wpływających na koszt całkowity, a w skład, którego mogą również wchodzić koszty transportu, przygotowania części i materiałów do wysyłki, organizacji wysyłki a nawet koszt gotowości realizacji dostawy na żądanie odbiorcy.

Przedsiębiorstwa wybierając dostawców mogą realizować dwie strategie, pierwsza polegać będzie na doborze tylko jednego partnera, druga dopuszcza udział dwóch lub większej ilości dostawców. Pierwszy przypadek jest stosowany sporadycznie ze względu na obawy związane z możliwością uzależnienia się od przedsiębiorstwa realizującego dostawy. Wybór kilku partnerów pozwala wprowadzić element konkurencji, a tym samym większą elastyczność i bezpieczeństwo dostaw. W drugim przypadku przedsiębiorstwa często stosują tak zwaną listę kwalifikowanych dostawców (List of Qualified Vendors). Na liście tej są umieszczane zarówno przedsiębiorstwa realizujące dostawy części zamiennych (spare parts) a także wyposażenia pierwszego montażu (Original Equipment Manufactures²⁰). W trakcie tworzenia listy kwalifikowanych dostawców dokonuje się podziału kooperantów na strategicznych, uzupełniających i rezerwowych²¹, przyjmując za podstawę wartość lub ilość dostarczanych produktów, ich znaczenie w tworzonym łańcuchu wartości oraz neuralgiczność występowania zasobów. Tworzenie list kwalifikowanych konkurujących między sobą dostawców przyczynia się do wzrostu siły nabywców poprzez tworzenie warunków kontrolowanej konkurencji o ich względy i zasoby.

Tab. 2. Kryteria wyboru dostawcy stosowane w polskich przedsiębiorstwach

Kryterium	Procentowy udział wskazań ¹
Cena	96,8
Jakość oferowanych produktów	94,5
Termin dostaw	92,2
Warunki umowy i realizacja dostaw (łącznie z transportem na koszt dostawcy)	86,5
Warunki płatności	
Referencji i certyfikaty	82,1
Szerokość i głębokość asortymentu (kompleksowość dostaw)	74,2
Elastyczność w zakresie zmiany warunków współpracy	64,2
Jakość dostaw (ich zgodność z wymaganiami)	62,5
Kondycja finansowa	54,1
Wizerunek przedsiębiorstwa (pozycja rynkowa dostawcy)	48,5
Doświadczenie i kwalifikacje załogi	42,7
Serwis (zakres obsługi klienta)	25,4
Poziom techniczny i technologiczny	22,4
Szkolenia i treningi realizowane przez dostawcę na rzecz nabywcy	21,7
Możliwość magazynowania materiałów przez dostawcę	18,5
Okres działania przedsiębiorstwa na rynku	8,2
Realizacja reklamacji	6,4
Możliwość prowadzenia wspólnych interesów	5,2
Odległość nabywcy od dostawcy	1,1
Lokalizacja dostawcy	1,1
Badania realizowane przez dostawcę	0,5
	0,2

1. przedsiębiorstw mogły wskazać dowolną liczbę kryteriów

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań przeprowadzonych w 2006-2007 (147 przedsiębiorstw)

Umieszczenie dostawcy na Liście Kwalifikowanych Dostawców nie jest jednoznaczne z nawiązaniem długoterminowej współpracy. Kooperanci ci podlegają, bowiem ciągłej ocenie ze strony różnych komórek przedsiębiorstwa (zaopatrzenie, gospodarka magazynowa, dział produkcyjny, finansowy itp.). Kontrola partnerów polega na ocenie ankietowej, audytowaniu oraz zbieraniu opinii z różnych źródeł zarówno wewnętrznych, jak i zewnętrznych. W wyniku przeprowadzonego monitoringu dostawca może zostać zdegradowany do niższej kategorii na Liście Kwalifikowanych Dostawców lub z niej skreślony. Skreśleni następuje w przypadku rażących i powtarzających się niezgodności w stosunku do ustalonych procedur. O fakcie takim każdorazowo jest informowane przedsiębiorstwo, którego dany aspekt dotyczy. Procedura ta ma zapewnić efektywność działania dostawców, którzy po wstępnej kwalifikacji mogliby nie spełnić założonych celów w zakresie dostosowania potencjału do wymagań nabywcy. Skreślenie z listy nie wyklucza możliwości współpracy w przyszłości, dostawcy, bowiem nadal zostają w wykazie. W przypadku jednak nawiązania ponownej współpracy obowiązuje procedura zgodna z procesem wyboru kooperantów.

Vendor rating in industrial cooperation Summary

The cooperation between enterprises functioning on the industrial market has a very big influence on their competitiveness and effectiveness. This cooperation contributes to the increase in value of company. Therefore one of the most important factors of cooperation is proper supplier choice. Enterprises can use different criterions in the process of vendor rating. This paper analyses the significance and importance of cooperation and shows the main criterions used by Polish enterprises in supplier selection.

1. Zob. A. Wiczorkiewicz, Funkcje kooperacji przemysłowej w rozwoju stosunków gospodarczych Polski z Zachodem, Wydawnictwo Uniwersytet Warszawski, Warszawa 1983, s. 14.

2. Zob.: Elementy ekonomiki przemysłu, praca zbiorowa pod redakcją S. Smolińskiego, PWN, Warszawa 1982, s. 100

3. Elementy ekonomiki przemysłu pod red. W. Janasza, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 1994, s. 138.

4. W. Kopaliński, Podręczny słownik wyrazów obcych, Rytm, Warszawa 2006, s. 422.

5. Webster's New Encyclopedic Dictionary, Cologne, Germany 1994, s. 221.

6. Wielka Encyklopedia PWN, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2003, tom 14, s. 332

7. J. Choroszczak, A. Ujwary-Gil, Analiza fazy tworzenia aliansu strategicznego firmy krajowej z zagranicznym kooperantem, Organizacja i Kierowanie nr 3, rok 2003, s. 18.
 8. Zarys strategii rozwoju przemysłu, pod red. W. Janasza, Difin, Warszawa 2006, s. 181.
 9. Ekonomiczne aspekty funkcji zaopatrzenia, Gospodarka Materiałowa i Logistyka nr 3/1998, s. 68.
 10. L. Krzyżanowski, Podstawy nauki zarządzania, PWN, Warszawa 1985, s. 157.
 11. K. Perechuda, Zarządzanie przedsiębiorstwem przyszłości, Koncepcje, modele, metody, Placet, Warszawa 2000, s. 8.
 12. Frederic E. Webster. Jr., The Changing Role of Marketing In the Corporation, Journal of Marketing, Vol,56 (October 1992), s.8.
 13. E. Rudawska. Partnerskie relacje współpracy, Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstw 7/2006, s.
 14. . Gordon, Relacje z klientem. Marketing partnerski, PWE, Warszawa 2001, s.
 15. E. Rudawska, Partnerskie relacje ... op. cit. s.
 16. B. Kaczmarek, Współdziałanie przedsiębiorstw w gospodarce rynkowej, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2000, s. 17.
 17. G. Stonehouse, J. Hamill, D. Campbell, T. Purdie, Globalizacja. Strategia i zarządzanie, Felberg SJAm Warszawa 2001, s. 276.
 18. Zob.: James M. Comer, B.J. Zirger Building a Supplier - Customer Relationship Rusing Joint New Product Development, Industrial Marketing Management 26, 1997, s. 203, B. Milewska, D. Milewski, Współpraca z dostawcami - możliwości zwiększenia korzyści, Gospodarka Materiałowa i Logistyka nr 10/1998, s. 213.
 19. Dostawcy XXI wieku - zmienione reguły gry. Gospodarka Materiałowa i Logistyka nr 2/1998, s. 37.
 20. Zob.: R. W. Hass, Industrial Marketing Management, Third F-dition, PWS Kent Pubhshing Company, Boston Massachusetts, A. Division of Wadsworth, Inc 1986, s. 10.
 21. C. Glinkowski, D. Nowak Kooperacja i jej wpływ na innowacyjność dostawców na rynku przemysłowym (w druku).
- УДК : 330.322.2

О.П. Свідер, старший викладач, Кам'янець-Подільського державного національного університету.

Ретроспективний аналіз економічної ефективності прямих іноземних інвестицій (теоретичні основи та методологія)

Принципи аналізу грошових потоків при економічній оцінці використання прямих іноземних інвестицій.

Розглядаються основні принципи аналізу грошових потоків при оцінці економічної ефективності використання прямих іноземних інвестицій. Основна увага приділена методологія оцінки економічної ефективності прямих іноземних інвестицій з точки зору ретроспективного аналізу. Автор звертає увагу на існуючу методологію та її показники, пропонуючи при цьому узагальнюючу методуку для ретроспективного аналізу та порівняння ефективності використання прямих іноземних інвестицій на різних підприємствах. структурному та динамічному аналізу грошових потоків.

Ключові слова: грошовий потік, прями іноземні інвестиції, ефективність, ефективність, прями іноземні інвестиції, аналіз, методика, принципи.

При аналізі економічної ефективності використання прямих іноземних інвестицій (ПП) одним із ключових понять є категорія «грошовий потік». А, відповідно, взагалі питання економічної оцінки прямих іноземних інвестицій поділяється на дві складові: розгляд грошових потоків (структурний та динамічний аналіз) та безпосередньо формалізована оцінка за допомогою кількох або одного (якщо можливо) критерію/параметра.

Проблеми оцінки економічної ефективності інвестицій загалом та аналізу грошових потоків висвітлені в таких працях як: “Инвестиционный менеджмент” (Бланк И.А.), “Инвестиции: Курс лекций по современной финансовой теории” (Мертснс А.В.), “Основы инвестиционной деятельности” (Пересада А.А.), “Ефективність інноваційно-інвестиційної діяльності : Збірник навчально-методичних матеріалів” (Покропивний С.Ф., Новак А.П.). Крім того, постійно публікуються матеріали з інвестиційної діяльності в журналі “Фінанси України”. Однак уваги дослідженню грошових потоків приділено недостатньо.

Автор спробує розглянути основні джерела формування грошових потоків, розглядаючи при цьому