

После определения весов для каждой группы целесообразно произвести оценку качества методики. Как уже рассматривалось ранее, Базельский комитет по банковскому надзору рекомендует использовать для оценки эффективности рейтинговых систем ROC-кривую или коэффициент Джини.

Заключительным этапом является этап расчета индивидуальной вероятности наступления риска неплатежеспособности контрагента. Данный этап необходим для проведения качественной оценки контрагентов.

Для отнесения контрагента к определенному рейтинговому разряду в зависимости от среднегодовой (среднекумулятивной) вероятности наступления неплатежеспособности необходимо установить границы баллов попадания в рейтинговую группу.

Практическое применение субъектами малого бизнеса методики позволит рассчитать вероятность наступления риска неплатежеспособности контрагентов. Исходя из рентабельности бизнеса, субъекты малого бизнеса могут самостоятельно установить границы зон, что в конечном итоге позволит им спрогнозировать и минимизировать потери в случае заключения сделки или поставки товара без предоплаты.

Список использованной литературы:

1. Помазанов М. В. Продвинутый подход к управлению кредитным риском в банке: методология, практика, рекомендации. Практическое пособие. М.: Регламент, 2010, – 180 с.

2. Российская газета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rg.ru/> – В России резко возросло количество дел о банкротствах. – (Дата обращения: 19.04.2015).

3. Федеральная служба арбитражных судов Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.arbitr.ru/> – Результаты работы арбитражных судов. – (Дата обращения: 19.04.2015).

4. Bank for International Settlements [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bis.org> – Studies on the Validation of Internal Rating Systems by the Basel Committee on Banking Supervision – Дата обращения: 19.04.2015).

Кулиш Т.В. – к.э.н., доцент. Таврический государственный агротехнологический университет, Украина

ПРАКТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ МЕТОДОВ СТРАТЕГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

В современных динамичных условиях рынка особым образом обостряется проблема проведения эффективной и объективной оценки деятельности предприятия с позиции реализации его стратегических целей и задач. Отдельный интерес вызывает вопрос внедрения инновационных методов оценки и стратегического анализа, что обусловлено значительной изменчивостью внешней среды.

Вопросам теоретических и практических аспектов стратегического управления инновационным развитием посвящены научные разработки известных украинских и зарубежных ученых как Л. Водачек, А. Волков, А. Гринев, М. Денисенко, И. Мухаррам, Г. Пятницкая, И. Павленко, Б. Санто, В. Ткаченко, Г. Фатхудинов, В. Чубай, А. Юданов, К. Янковский.

Недостаточность научно-теоретического обоснования вопросов определения факторов влияния на методы стратегического анализа особым образом подчеркивают существование проблемы научного обоснования подходов к выбору инновационных методов стратегического анализа и факторов влияния на результативность их внедрения.

Целью исследования является обоснование практического внедрения инновационных методов стратегического анализа в деятельности предприятий.

В процессе проведения стратегического анализа предприятиями возникает необходимость применения различных прикладных приемов, которые можно объединить в 7 групп:

- 1) стратегический анализ макроокружения предприятия;
- 2) стратегический анализ непосредственного окружения (отрасли и конкуренции);
- 3) стратегический анализ организации;
- 4) стратегический анализ продукта;
- 5) стратегический финансовый анализ;
- 6) стратегический инвестиционный анализ;
- 7) анализ стратегии и принятия стратегических решений [2].

Стратегическая диагностика среды, как процесс определения критически важных факторов его составляющих, является основой формирования ответной реакции организации на их изменение для достижения соответствующих целей. Процесс стратегической диагностики предусматривает три стадии: сбор информации о текущем состоянии организации; анализ собранной информации и ее оценку; прогнозирования будущего состояния организации.

Для оценки факторов внешней среды, влияющих на уровень конкурентного преимущества и на формирование стратегии организации, необходимо отметить существование концепции

конкурентного преимущества страны, выдвинутой известным экономистом Майклом Портером. Эта концепция составляет идея так называемого «Национального ромба» (НР), что раскрывает четыре свойства (детерминанты) страны, формирующие конкурентную среду, в которой действует организация; в нашем случае целый район. (Рис. 1). НР характеризует систему детерминантов конкурентного преимущества, компоненты которой, находясь во взаимодействии, создают эффект целостности, то есть либо усиливают, либо ослабляют потенциальный уровень конкурентного преимущества предприятий страны [5].

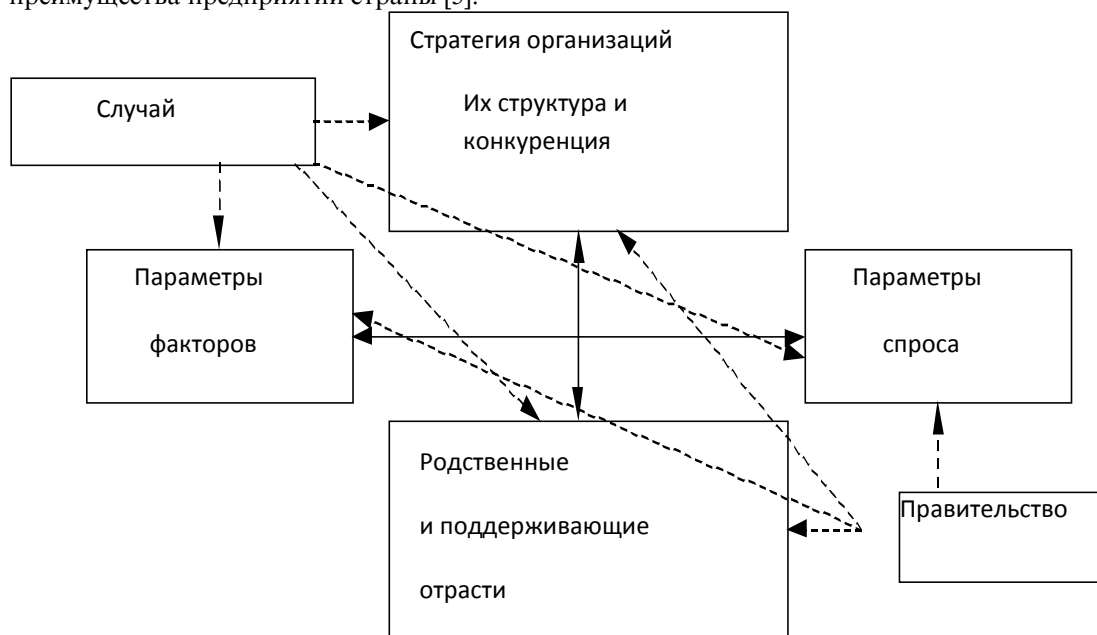


Рис. 1. Детерминанты конкурентных преимуществ страны («Национальный ромб»)

Параметры факторов - эти факторы представляют собой материальные и нематериальные условия, необходимые для формирования конкурентного преимущества в самом производственном процессе организаций, а также в стране.

Стратегии организаций, их структура и соперничество - это конкурентная борьба на «центральном ринге», где акции и контракты организаций-соперников приводят к созданию новых условий функционирования организаций.

Параметры спроса - требовательность покупателей к качеству товаров и услуг; эластичность спроса по цене; уровень прибыли, перекрестная эластичность; степень осознания различными социальными группами актуальности той или иной потребности; национальные традиции и обычаи; фазы жизненного цикла спроса и другие параметры, характеризующие спрос, величина спроса и его динамика.

Родственные и поддерживающие отрасли - наличие в национальной экономике развитых родственных и поддерживающих отраслей, то есть отраслей, обеспечивающих организации необходимыми материалами, полуфабрикатами, комплектующими изделиями. Также в систему детерминантов включаются еще «случайные события» и «действия правительства», которые могут или усиливать, или ослаблять конкурентное преимущество страны и существенно влиять на стратегию предприятий[6].

Таблица 1

Детерминанты и факторы «Национального ромба»

Детерминант НР, Π	Чинники, формовані γ -м детермінантом НР	α_γ	Q_γ
1. Параметры факторов	1.1 Совершенствование технологий	0,2	5/6=0,83
	1.2 Увеличение объемов продаж		
	1.3 Развитие связей с поставщиками и заказчиками		
	1.4 Техническая база сильная		
	1.5 Информационная база о потребностях рынке слабая		

	1.6 Высоквалифицированные кадры		
2. Стратегия предприятия, его структура по сравнению с другими предприятиями	2.1 Стратегия развития предприятия	0,5	1
	2.2 Конкуренция слабая		
	2.3 Совершенная технологическая структура		
	2.4 Достаточное количество заказов		
	2.5 Наличие развитой системы сбыта		
3. Параметры спроса	3.1 Увеличение количества заказов	0,2	0,83
	3.2 Увеличение числа частных контактов		
	3.3 Отсутствие маркетинговых исследований		
	3.4 Наличие средств у заказчиков		
	3.5 Своевременная оплата заказов		
	3.6 Наличие постоянных клиентов		
4. Родственные и поддерживающие отрасли	4.1 Строительство	0,1	1
	4.2 Развито машиностроение		
	4.3 Наличие исследовательского отдела		
		1,0	

Оценку степени влияния факторов внешней среды, формируемых детерминантами НР, определяется по формуле:

$$D^{НР} = \sqrt[4]{\prod_{\gamma=1}^{\gamma=4} \alpha_{\gamma} \times Q_{\gamma}},$$

где α_{γ} - коэффициент значимости γ -го детерминанту организации (измеряется в долях единицы); Q_{γ} - коэффициент, характеризующий отношение числа благоприятных для организации факторов к общему числу факторов[5].

Формула детерминантов национального ромба представляет собой среднюю геометрическую взвешенную от воздействия факторов внешней среды. Коэффициент α_{γ} показывает долю значимости каждого детерминанту в совокупной значимости всех детерминантов. Понятно, что совокупная значимость равна 1,0.

$$D^{НР} \sqrt[4]{= 0,2 \times 0,83 \times 0,5 \times 0,2 \times 0,83 \times 0,1} = 0,2$$

Результаты показывают, что для повышения конкурентоспособности предприятий района необходимо улучшить параметры факторов.

Оценку инновационной активности предприятия с целью использования ресурсов и резервов реализации стратегии технологического развития проводят на основе совокупности показателей, характеризующих возможности предприятия в освоении определенных видов инноваций.

Стратегический анализ предполагает определение возможностей предприятия, оценку внутренней и внешней среды предприятия с ориентацией на долгосрочную перспективу, выбор взвешенных стратегических планов, направленных на усиление позиций предприятия в рыночной среде.

Одним из методов оценки деятельности предприятий является определение стратегического потенциала предприятий. Составим матрицу для оценки потенциала предприятий Приазовского района Запорожской области.

Оценка и анализ уровня инновационного потенциала позволяет конкретно планировать мероприятия, ставить цели и способы их достижения, что, в свою очередь, является одним из

важнейших условий реализации системного подхода к внедрению инноваций, развития творческой активности кадров[4].

Учитывая, что часть показателей может иметь только качественную оценку, для анализа состояния инновационного потенциала предприятия можно рекомендовать использование балльной оценки его элементов. Такая оценка осуществляется с помощью разработанной шкалы баллов каждого показателя и коэффициентов, которые определяют важность каждого элемента в установлении уровня инновационного потенциала. Согласно этой методике каждому из перечисленных выше элементов инновационного потенциала (и таким, что определяются с помощью коэффициентов, и другим) присваивается соответствующая балльная оценка: 0 баллов - совсем не используется потенциал элемента;

1 балл - низкий уровень использования потенциала элемента;

2 балла - средний уровень использования потенциала элемента;

3 балла - высокий уровень использования потенциала элемента[4].

Эти показатели группируются по соответствующему признаку и каждой группе присваивается определенное значение весового коэффициента, который определяется с помощью экспертов. Результаты оценки формируются в виде таблицы (табл. 2.).

Таблица 2

Оценка инновационного потенциала предприятий района

Составляющие	Параметры	Коэф. весо-сти	Оценка	
			баллы	Взвешенная оценка
1Производственные возможности	1.1. Уровень использования производственных мощностей		3	
	1.2. Уровень прогрессивности применяемых технологий		2	
	1.3. Уровень гибкости производства		1	
Итоговая оценка		0,16	6	0,96
2. Кадровые возможности	2.1. Уровень квалификации персонала		3	
	2.2. Уровень готовности персонала к изменениям на предприятии		1	
	2.3. развитость системы мотивации персонала		1	
	2.4. Степень творческой инициативности персонала		1	
Итоговая оценка		0,18	6	0,08
3Научно-технические возможности	3.1. Уровень расходов на научные разработки в себестоимости товарной продукции		1	
	3.2. Уровень расходов на использование научно-технических достижений в себестоимости товарной продукции		0	
	3.3. Уровень использования разработок		1	
	3.4. Доля персонала, которая занимается научными разработками в общей численности персонала		1	
Итоговая оценка		0,17	3	0,51
4.Маркетинговые возможности	4.1. Рациональность использования каналов распределения товаров		2	
	4.2. Гибкость ценовой политики		1	

	4.3.Уровень использования рекламы		1	
	4.4.Эффективность системы сбыта		2	
Итоговая оценка		0,16	6	0,96
5. Организационные возможности	5.1. Уровень инновационной направленности организационной структуры		1	
	5.2. Уровень соответствия организационной культуры в инновационном развитии предприятий		1	
	5.3. Уровень компетенции руководителей		2	
	5.4. Развитость системы информационного обеспечения		1	
6. Финансовые возможности	Итоговая оценка	0,16	5	0,8
	6.1. Коэффициент абсолютной ликвидности		1	
	6.2. Коэффициент быстрой ликвидности		3	
	6.3. Коэффициент общей ликвидности		3	
	6.4. Финансовая устойчивость предприятий		2	
	Итоговая оценка	0,17	9	0,53

По результатам анализа делается вывод о возможности предприятий района совершать те или иные инновации или о необходимости развития той или иной составляющей инновационного потенциала предприятий.

Таким образом, подводя итоги можно констатировать, что формирование механизма стратегического инновационного развития требует исследования не только внешних и внутренних факторов влияния на инновационную деятельность предприятия, но и анализа структуры инновационной стратегии, которая позволит определить систему возможных направлений инновационного развития предприятия, определить методы и средства выбора типа инновационной стратегии.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Амоша А. Инновационный путь развития Украины: проблемы и решения [Текст] / А. Амоша // Экономист. - 2014. - № 6. - С. 28 - 32.
2. Маслак А. А. Факторы влияния на инновационную деятельность промышленных предприятий [Текст] / А. А. Маслак, К. А. Дорошкевич // Научный вестник НЛТУ Украины. - 2012. - Вып. 22.8. - С. 269 - 274.
3. Череп А. В. Развитие инновационной деятельности в Украине в современных условиях [Электронный ресурс] / А. В. Череп, С. И. Васильева // эффе- вна экономика. - 2010. - № 2. - Режим доступа: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=134>. - 9.02.2010.
4. Чумак Л. Ф. Инновационная деятельность предприятия в современных условиях [Текст] / Л. Ф. Чумак // Бизнес Информ. - 2012. - № 12. - С. 209 - 212.
5. Модели и методы аналитической поддержки принятия решений стратегического управления [Текст] / Е. П. Ильина, И. П. Сеницын, А. А. Слабоспицкая, Т. Л. Яблокова // Проблемы программирования. - 2012. - № 2-3. - С. 270 -280.
6. Скрипко, Т. А. Инновационный менеджмент [Текст]: учебник / Т. А. Скрипко. - М.: Изд-во "Знание", 2011. - 423 с.

Кучеренко Т.Е., профессор,

Уманский национальный университет садоводства, Украина

ПРЕДМЕТ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА

Бухгалтерский учет как социальная наука развивается в русле экономических теорий, которые отображают направления развития общества в конкретных исторических условиях, и создает информационные ресурсы для управления предприятием, отраслью, национальной экономикой, наднациональной экономикой. «Понятие «бухгалтерский учет» характеризует понятие «учет