

УДК 338.24

Методические подходы по совершенствованию управления экономикой в современных условиях

аспирант Кудрань А.Б.

Санкт-Петербургский институт гуманитарного образования

к.э.н., доцент Пришибилович Т.Б.

fem1421@yandex.ru

Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики

В настоящее время существует вероятность наступления депрессивного состояния в развитии экономики. Для успешного противостояния экономической депрессии необходимо учитывать особенности действия экономических законов на макро и микро уровне и правил управления экономикой предприятий в кризисных условиях.

Статья посвящена методологическим и методическим подходам к управлению экономикой предприятия и поддержания его устойчивости при неблагоприятных экономических условиях.

Ключевые слова: управление, устойчивость, рентабельность.

В настоящее время существует вероятность наступления депрессивного состояния в развитии экономики, поэтому в российской экономической науке и на практике проявляется растущий интерес к методам обеспечения устойчивости и экономической эффективности деятельности промышленных предприятий при снижении темпов их экономического роста.

Для успешного противостояния экономической депрессии необходимо учитывать особенности действия экономических законов на макро и микро уровне и правил управления экономикой предприятий при устойчивом снижении продаж, рентабельности производства, результирующих денежных потоков, эффективности капитальных вложений и других негативных тенденциях деятельности, дающих основание ставить под сомнение возможность достижения предприятием поставленных стратегических целей. Рассмотрим некоторые особенности управления экономикой предприятия при указанных условиях.

В отечественной экономической науке основное внимание уделялось проблемам антикризисного менеджмента предприятий, а не вопросам экономической устойчивости при негативных тенденциях в их деятельности. В области финансового управления - аналогичная ситуация. Основное внимание

исследователей занимали методы технического и фундаментального анализа финансовых рынков, выработка правил эффективной работы на падающих рынках. Но эти правила ограниченно применимы для финансового управления промышленным предприятием в условиях устойчивого падения спроса на его продукцию. Вместе с тем, можно сказать, что фундаментальная и прикладная экономическая наука уже имеет все необходимые методологические и методические подходы к управлению экономикой предприятия и поддержания его устойчивости при неблагоприятных экономических условиях. Наиболее важные из них, на наш взгляд, приводятся ниже.

1. Предприятия, испытывающие экономический спад, прежде всего ощущают его как наступившее или перспективное снижение спроса на свою продукцию и уменьшение продаж. При этом, также как и в «нормальных» условиях деятельности, для противодействия тенденциям снижения продаж могут использоваться методы стимулирования ценовой эластичности спроса: определенное снижение цен на продукцию предприятия приводит к росту продаж. Как известно, при этом необходимо считаться с неизбежным снижением рентабельности продаж, наступающим вследствие действия фундаментального «противоречия между рентабельностью и ликвидностью». В условиях спада это будет усугублять и без того снижающуюся рентабельность производства. Однако, при коэффициенте ценовой эластичности спроса большим единицы, такую политику все же можно считать обоснованной, если проводится мониторинг эффективности ее применения. Иными словами, политику снижения цен, стимулирующую рост продаж, следует считать обоснованной даже в условиях спада.

2. При уменьшении спроса и продаж возможно поддерживать достигнутый уровень рентабельности продаж и даже увеличивать его при условии, если темп снижения продаж меньше темпа снижения затрат на производство. Это- очевидное положение, однако возникает вопрос – как достичь опережающего снижения производственных затрат при уменьшении объема продаж? Экономической моделью взаимосвязи роста продаж и прибыли предприятия является, как известно, «операционный эффект» (ОЭ) («эффект операционного рычага») [1], действие которого обеспечивает опережающий рост прибыли по отношению к росту продаж, или опережающее снижение продаж по отношению к снижению прибыли.

Как известно, ОЭ для предприятия в целом определяется при условии использования линейной модели производственных затрат:

$$C(X) = v * X + F,$$

прибыль от реализации продукции и ОЭ определяются по следующим известным формулам:

$$E = \Pi(X)'_X * \frac{X}{\Pi(X)} = \frac{(1-v) * X}{(1-v) * X - F}, \quad \Pi(X) = X * (1-v) - F,$$

где E-операционный эффект, определен как коэффициент эластичности прибыли по величине продаж, v- переменные затраты на единицу продаж, F- постоянные затраты(ПЗ), X- объем реализации (продаж) предприятия, П(X)- прибыль от реализации.

В принципе ОЭ позволяет получить опережающий рост прибыли по отношению к продажам, его положительное влияние проявляется в условиях экономического роста. Однако, в условиях спада, уменьшения продаж, он же становится причиной опережающего падения прибыли и рентабельности по отношению к темпам падения производства и продаж.

Известно, что ОЭ порождает операционный риск (ОР), который является обратной стороной ОЭ. ОР –это риск не покрыть ПЗ (F). Здравый смысл подсказывает, что ОР тем меньше, чем меньше ПЗ, следовательно для его снижения следует снижать ПЗ, несмотря на то, что это приведет к уменьшению ОЭ.

Если в условиях роста ОР возможен, его следует опасаться и по возможности предупреждать, профилируя неконтролируемое снижение роста продаж, то в условиях спада ОР неизбежен, он снижает экономическую устойчивость предприятия. В экономической литературе встречались предложения о формировании аналитических показателей экономической устойчивости на основе ОР. В то же время, показатель ОР как таковой отсутствует, ОР принято характеризовать в связи с ОЭ –чем больше ОЭ –тем больше ОР. И наоборот, чем меньше ОЭ, тем меньше ОР.

Показателем, противоположным ОР, характеризующим надежность, устойчивость предприятия, является «запас финансовой прочности» (ЗФП), определяемый как разность между объемом реализации предприятия и точкой безубыточности (ТБ):

$$ЗФП = X - ТБ \quad \text{при этом} \quad ТБ = \frac{F}{1-v}$$

Как было сказано, при снижении объема реализации продукции предприятия вследствие ОЭ прибыль снижается быстрее, чем объем реализации. Для ослабления ОЭ необходимо снижать ПЗ (см. формулы). При этом достигается снижение ОЭ и увеличение ЗФП.

В условиях роста между снижением ПЗ и снижением ОЭ существует противоречие, поскольку ОЭ принято считать полезным эффектом, который тем больше, чем больше ПЗ. В состав ПЗ входит содержание

производственного персонала, высококвалифицированных специалистов, менеджмента, от деятельности которых зависит рост прибыли. Однако, при уменьшении объема реализации ОЭ действует в противоположном направлении, приводит к опережающему снижению прибыли и становится бесполезным, поэтому уменьшение ОЭ в этом случае является полезным.

Как в условиях спада сохранять экономическую устойчивость предприятия? Как было сказано, необходимо снижать ПЗ, которые в этом случае становятся бесполезными для поддержания экономической устойчивости. Математическим выражением условия неизменной устойчивости является равенство нулю полного приращения показателя ЗФП, который

зависит от двух переменных X и F : если $\Delta Z_{ФП} = 0$, то $\Delta X = \frac{1}{1-\nu} * \Delta F$. Из приведенного аналитического условия сохранения показателя равновесия на определенном уровне видно, что прирост продаж и прирост ПЗ имеют одинаковый знак. При отрицательном приросте продаж (спад) предприятию следует соответственно уменьшить ПЗ, чтобы сохранить экономическую устойчивость. Итак, снижая ПЗ при уменьшении продаж предприятия, уменьшается величина ТБ, которая определяет размер предприятия. При этом повышается или сохраняется на достигнутом уровне экономическая устойчивость предприятия, снижается ОР. Можно привести следующую аналогию: если сосуд заполнен не полностью, то для повышения степени использования емкости сосуда имеющееся количество жидкости следует перелить в сосуд меньшего размера.

Величина ПЗ в определенном смысле характеризует размер предприятия и его производственный потенциал. У малых предприятий (МП), как правило, ПЗ меньше, чем у крупных предприятий (КП). Эта тенденция очевидна, у МП меньше возможности для экономического роста, поэтому нет необходимости поддерживать высокий уровень ПЗ (вследствие рассмотренных выше аналитических обоснований). Иначе можно говорить о нерациональном размере ПЗ и необходимости их оптимизации. Статистические данные также многократно подтверждают, что МП меньше подвержены ОР, спаду продаж и другим кризисным явлениям. Спрос на продукцию МП в значительной степени предъявляют КП, он зависит от их производственного потенциала, размера и количества. Среди факторов повышенной экономической устойчивости МП следует назвать также эффект/механизм «самовоспроизводящегося спроса». Действие механизма определяется тем, что количество КП, помимо прочего, растет из-за перехода в группу КП тех МП, которые вследствие роста по своему размеру уже не являются МП. Их спрос на продукцию оставшихся МП можно характеризовать как «самовоспроизводящийся», поскольку он формируется в среде самих МП, а не во внешней среде. Формирование спроса для МП, с учетом фактора «самовоспроизводящегося спроса», и производственного потенциала КП показано на схеме.

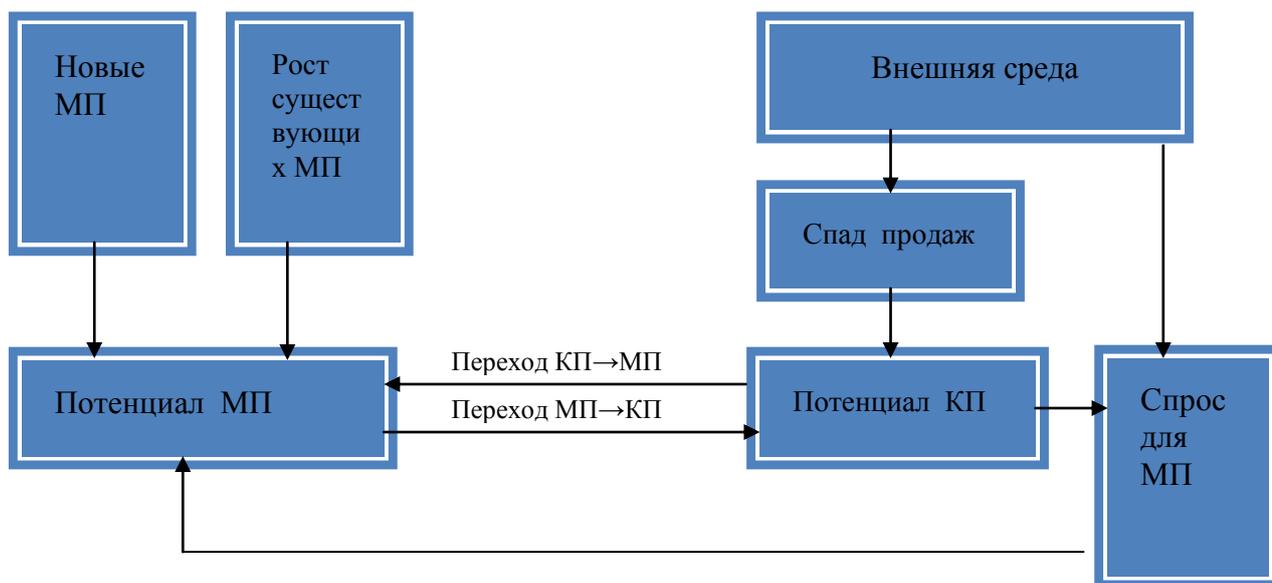


Схема 1. Формирование производственного потенциала и спроса предприятий.

На схеме показаны следующие взаимосвязи.

Факторы изменения производственного потенциала МП:

- 1) увеличение размера МП вследствие их эволюционного роста в пределах своей «размерной группы»,
- 2) увеличение количества МП вследствие перехода в группу МП ряда КП, уменьшающих свой размер (снижающих ПЗ) из за спада продаж,
- 3) увеличение вследствие создания новых МП при росте спроса на их продукцию,
- 4) уменьшение вследствие роста размера МП и их перехода в группу КП.

В этом перечне п. 4 характеризует фактор «самовоспроизводящегося спроса» для МП.

Факторы изменения производственного потенциала КП:

- 1) увеличение вследствие роста размера МП и их перехода в группу КП.
- 2) уменьшение вследствие перехода в группу МП ряда КП, уменьшающих свой размер(снижающих ПЗ) из за спада продаж,

3) увеличение вследствие эволюционного роста КП в пределах своей «размерной группы»,

4) увеличение вследствие создания новых КП при росте спроса на их продукцию.

Помимо указанных взаимосвязей, на формирование спроса для МП влияют также факторы «внешней среды», формирующие остальную часть спроса.

«Самовоспроизводящийся спрос» [2] для МП – это специфический фактор экономической устойчивости предприятий в условиях спада, возникающий вследствие особенностей взаимосвязей в хозяйственной системе $МП \leftrightarrow КП$.

Таким образом, эффективным направлением экономической политики по поддержанию устойчивости предприятий в условиях спада является расширение размерной группы МП. При этом основным фактором увеличения количества МП должно быть снижение ПЗ предприятий, испытывающих экономический спад.

Имеются и недостатки экономической политики противодействия снижению устойчивости, основанной на снижении ПЗ предприятия. Это отсутствие, как правило, обоснованной программы снижения ПЗ, большая длительность составления и обоснования такой программы, что в условиях необходимости экстренных мер по повышению устойчивости может оказаться неприемлемым для предприятия. Затратный характер программы снижения ПЗ, длительность ее реализации, капиталоемкость, необходимость дезинвестиций, что может вызвать потери в будущем, после неизбежного окончания спада и начала экономического роста предприятия. Все же необходимо отметить, что указанные недостатки в большей степени характерны для увеличения ПЗ и поддержания экономического роста предприятия, чем для снижения ПЗ.

3. Еще одним фактором повышения устойчивости является реализация на предприятиях программ повышения качества продукции и инновационного развития. Экономическая роль этих программ для повышения устойчивости предприятий становится очевидной, если отойти от линейных моделей затрат и результатов производства. Рассмотрим квадратичную функцию производственных затрат: $C(X) = v * X^2 + F$. Согласно экономической теории (ЭТ)[1], эту функцию также можно рассматривать как функцию предложения продукции на рынке производителем. В этом случае предельные переменные затраты $(C(X))'_x$ равны « $2v * X$ ». Предельная величина продаж предприятия (при неизменной цене продукции) равна $X' = 1$. Равновесный объем производства на предприятии (он же - точка максимальной прибыли) определяется, согласно ЭТ, из условия:

«предельные продажи» = «предельные затраты»,

он равен в рассматриваемом случае $X = \frac{1}{2 * v}$.

Из условия равновесия следует, что равновесный объем производства продукции предприятия падает (спад производства) при росте переменных затрат производителя продукции. Известно, что новые продукты повышенного качества в производстве, как правило, требуют повышенных переменных затрат. В условиях сделанного выше предположения о неизменности цены продукции, рост переменных затрат может повлечь снижение рентабельности продаж предприятия, что в условиях спада также вредно для предприятия. Но позитивное действие фактора ценовой эластичности спроса (см. п. 1) в этом случае может исправить положение и восстановить устойчивость предприятия.

Список литературы:

1. Гальперин В.М. и др. Микроэкономика, учебник, в 2-х томах, // Экономическая школа. 2004.
2. Промышленная политика и модернизация национальной экономики: Коллективная монография/ –СПб.: Изд-во СПбГПУ, 2010., 0,5 л

Methodical approaches to improve the management of the economy at present

graduate student Kudran A.B.
St. Petersburg Institute of Humanities

associate professor Prishibilovich T.B.
fem1421@yandex.ru

St. Petersburg National Research University of Information Technologies, Mechanics and Optics.

Now there is a probability of approach of a depression in economy development. For successful opposition of an economic depression it is necessary to consider features of action of economic laws at macro and micro level and ruled managements of business economics in crisis conditions.

Article is devoted to methodological and methodical approaches to management of economy of the enterprise and maintenance of its stability under adverse economic conditions.

Keywords: management, sustainability, profitability