

Қ.М. Тіреуов, Ж.Ж. Сүлейменов

КОРПОРАТИВТІ БАСҚАРУДА МАТЕРИАЛДЫ ЕМЕС АКТИВТЕРДІҢ АТҚАРАТЫН ҚЫЗМЕТІ

Бұл мақалада корпоративті басқаруда материалды және материалды емес активтердің атқаратын қызметі мен проблемалары қарастырылған.

K.M. Tireuov, J.J.Suleimenov

THE ROLE OF INTANGIBLE ASSETS IN THE CORPORATE MANAGEMENT

The role of нематеральных assets in corporate governance.

УДК 338.26.015

К.Б. Тогжигитова

Казахский национальный аграрный университет

ОПЫТ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО БИЗНЕСА В ЭКОНОМИКЕ РАЗВИТЫХ СТРАН

Аннотация. В современных условиях проблемы развития малого предпринимательства играют немаловажную роль в развитии национальной экономики. Внутрифирменное планирование, стратегическое и долгосрочное планирование представляют основные показатели развития предпринимательства.

Ключевые слова: малое предпринимательство, внутрифирменное планирование, стратегическое планирование, маркетинг, долгосрочное планирование, качественные показатели.

Малое предпринимательство является мощным средством структурного преобразования страны. Малые предприятия в отличие от крупных компаний более мобильны, с низкой капиталоемкостью, а также наиболее легко адаптируются к быстро меняющемуся потребительскому спросу.

Действительно, для эффективного функционирования предприятий малого бизнеса в рыночных условиях необходим план как динамичный процесс, позволяющий предвидеть и учитывать происходящие изменения внешней среды и, приспосабливаясь, адаптировать внутренние факторы производства для своего развития и дальнейшего роста. Планирование помогает предпринимателю постоянно оценивать свои потенциальные преимущества, определять слабые и сильные стороны и неуклонно повышать конкурентоспособность своего предприятия. Поэтому предприниматель должен с помощью внутрифирменного планирования приспосабливать свои ресурсные возможности к внешним и внутренним условиям, учитывая неопределенность будущего, а также выбрать наиболее рациональный путь своего развития.

- Сегодня за рубежом существует большое количество различных систем планирования, которые отличаются по видам разрабатываемых планов, плановому периоду, подходам к их разработке.

Определять долгосрочное планирование стратегическим, исходя только из временного аспекта планируемых решений нельзя, соответственно, по аналогии, среднесрочное - тактическим, краткосрочное - оперативным.

Немецкие фирмы долгосрочные планы разрабатывают как в количественных, так и в качественных показателях. Процесс планирования они начинают с предположений о будущем состоянии предприятия, разрабатывают сводный финансовый отчет, прогноз сбыта, объем производства и долю рынка выпускаемой продукции. Выявляя основные проблемы, с которыми сталкивается предприятие, определяют основные цели и стратегические программы. Затем изучают основных конкурентов, составляют план исследований и разработок, оценивают производственные мощности, планируют капитальные вложения, рассчитывают потребность в рабочей силе и материально-техническом обеспечении.

Поэтому стратегическое планирование можно обозначить, как перспективное, что позволяет абстрагироваться от срока планового периода, перспективное планирование определяется как систематический и формализованный процесс, цель которого - управлять будущими операциями, чтобы достичь желаемой цели, в период свыше одного года. С другой стороны, по мнению американских специалистов, разница между временными горизонтами одинаковых по назначению планов разных фирм зависит от отраслевой принадлежности последних, уровня технической оснащенности, размера.

В современных условиях американские компании применяют наиболее распространенную систему разработки стратегических планов, где предусматривается осуществление мероприятий в течение только двух лет. В данном случае процесс планирования начинается с разработки на каждые два года стратегического плана для каждого стратегически ответственного центра. В процессе стратегического планирования формулируется стратегия в соответствии с прогнозируемой рыночной ситуацией (например, стратегия проникновения на рынок конкретных товаров или снятия товаров с производства).

Отделы маркетинга и планирования анализируют и обобщают показатели каждого стратегически ответственного центра и направляют соответствующую информацию руководству фирмы. Там эти данные анализируются и отбираются окончательные варианты из ранее определенных альтернатив. После этого руководство фирмы информирует стратегически ответственные центры о тех вариантах стратегии, которыми они должны следовать.

В Японии долгосрочное планирование используют 70-80% крупных корпораций и 5-7% малых предприятий. Однако у них несколько отличный подход к долгосрочному планированию для малых фирм. Они рассматривают долгосрочный план как перспективный план, не выделяя стратегический и долгосрочный аспекты планирования.

По мнению японских специалистов, для малых фирм долгосрочный план должен охватывать 5-10-летний или, в зависимости от условий, 3-5-летний период. Сроки варьируются в зависимости от характера деятельности предприятия, ситуации и поставленных целей. При этом учитываются сроки освоения производства новых видов изделий, сроки эксплуатации изделий, время заготовки материалов, время изготовления необходимого оборудования, срок окупаемости вложенного капитала.

Долгосрочный план скорее носит описательный характер и определяет общую стратегию предприятия, поскольку трудно предугадать все возможные расчеты на такой длительный срок. Долгосрочный план вырабатывается руководством предприятия и содержит главные стратегические цели предприятия на перспективу. В основе долгосрочного плана лежит реальный спрос на продукцию фирмы, изменение технических характеристик в ближайшем будущем, что требует соответствующей перестройки технологии производства, а также финансовые ограничения, конъюнктура рынка, риск потерять партнера и шанс приобрести нового.

В Дании использование стратегического планирования на предприятиях малого бизнеса рассматривается как один из четырех возможных вариантов

Вариант I - финансовое планирование, когда на выработку стратегии, как таковой, внимание не уделяется. При этом первый вариант делится на разработку простого (IA) и тщательно проработанного бюджета (IB);

Вариант II - долгосрочное планирование, основанное на использовании методов экстраполяции наиболее существенных тенденций развития;

Вариант III - планирование, основанное на анализе деловой окружающей среды;

Вариант IV - стратегическое планирование как элемент стратегического управления.

В сфере малого бизнеса Дании наиболее часто встречается такой вариант стратегического планирования как финансовое планирование, удельный вес которого составляет более 80% из четырех вышеприведенных вариантов. Причем использование стратегического планирования по варианту IA на малых фирмах составляет 56%, а варианта IB - 28%. Второй пик приходится на стратегическое управление - 11%. Количество малых фирм, использующих варианты II и III, составляет 4% и 1% соответственно. Такое распределение, видимо, зависит от уровня подготовки управляющего персонала. Дипломированные специалисты, открывшие «свое дело», стремятся применять наиболее передовые методы управления, в то время как предприниматели, не имеющие глубоких экономических знаний, способны лишь к разработке простейших форм финансового планирования. Наиболее часто встречающиеся препятствия - это трудности, связанные с созданием работоспособной системы процесса составления плана и контроля за его выполнением (67%) и стиля управления, в широком смысле связанного с таким понятием как культура организации (62%). Существенными являются некоторая расплывчатость организационной структуры (в сфере малого бизнеса неформальные связи играют более значимую роль, чем на крупных предприятиях) и схема разработки стратегии (недостаточно сил для формулирования альтернативных стратегий, их детального анализа и проработки), а также стратегического мышления у работников предприятий сферы малого предпринимательства.

В отличие от классической модели планирования, которая предполагает оценку возможностей сбыта, объемов производства, затрат и т.д. и, в конечном итоге, определение дохода (выручки) организации, данная методика стратегического планирования предполагает первоначально установить конечные финансовые результаты деятельности предприятия, а затем определить пути их реализации, в чем и проявляется особенность этой методики.

Однако, здесь, на наш взгляд, встает проблема: как оценить величину необходимой денежной выручки всего и по отдельным статьям, в том числе, необходимые оборотные средства, проценты за кредит, дивиденды и т.д., если предварительно не проработать остальные планы и не иметь информации о намечаемых мероприятиях, объемах производства, издержках и т.д.

Зарубежный опыт стратегического планирования в условиях рыночного хозяйства, на наш взгляд, представляет большой интерес в научном и практическом плане, однако его изучение необходимо не для копирования, а для использования с учетом особенностей современного состояния нашей экономики и степени развития экономических реформ. В этой связи необходимо изучение зарубежных методик и разработка на их основе методик планирования, которые бы соответствовали современному положению дел в нашей стране. При этом главными положительными моментами зарубежных методик, которые могут быть использованы нашими малыми предприятиями в современных условиях, на наш взгляд, являются: прерогатива стратегического подхода к планированию, что предполагает значительное внимание изучению внешней для предприятия среды, планирование, основанное на выявлении проблем; подход к планированию, основанный на определении конечных результатов деятельности предприятия и изыскании путей их достижения и, наконец, многовариантный подход к разработке планов.

Литература

1. Стратегия индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2003-2015 года. - Астана, 2003. - 56с.
2. Брюк Р., Калинин Е. и др. Малый бизнес: выход из экстремальных ситуаций. - М.: ЗАО «Изд-во Экономика», 2006. - 214с.
3. Рубе В.А. Малый бизнес: история, теория, практика М.: ТЕИС, 2008. - 231с.

Қ.Б. Тоғжігітова

ДАМЫҒАН МЕМЛЕКЕТТЕР ЭКОНОМИКАСЫНДА КӘСПОРЫНДАҒЫ ШАҒЫН КӘСІПКЕРЛІКТІ ҚАЛЫПТАСТЫРУ ТӘЖІРИБЕСІ

Мақалада автор әлемнің дамыған елдеріндегі стратегиялық жоспарлау мәселелерін қарастырған. Сапалық және сандық көрсеткіштерін айқындаған.

К.В. Tokzhigitova

THE EXPERIENCE OF SMALL BUSINESS ENTERPRISES FUNCTION IN DEVELOPMENT COUNTRIES ECONOMICS

The author investigates small business in modern conditions. Approaches in necessity of planning are revealed for definition of end results of functioning in market economy.

УДК 338.242:339.

К.Б. Тогжигитова

Казахский национальный аграрный университет

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ГОСУДАРСТВА И КОРПОРАЦИЙ В ЭКОНОМИКЕ КАЗАХСТАНА

Аннотация: Определение условий взаимодействия государства и корпораций преследует цели в повышении эффективности корпоративного предпринимательства; предотвращение потерь «государственной выгоды» от функционирования корпораций; кроме того и создание внешних, экономических, правовых, информационных условий для получения реального эффекта внутрикорпоративного взаимодействия.

Ключевые слова: государство, корпорация, предпринимательство, корпоративное управление, финансовые ресурсы, инвестиции, международные стандарты, менеджмент, конкурентоспособность.

Любая сфера деятельности в экономике страны требует новшеств. Нововведения являются необходимым атрибутом любого развивающегося государства, не говоря уже о развитых странах, где инновационные процессы не являются нечто новыми. Так, например, научно-технический прогресс, признанный во всем мире в качестве важнейшего фактора экономического развития, все чаще и в западной, и в отечественной литературе связывается с понятием инновационного процесса.

Это единственный в своем роде процесс, который объединяет науку, технику, экономику, предпринимательство. Если корпорация не будет проводить мероприятия по введению новых технологий и принципов управления, она просто растеряет свой