

Опасным является также использование метода «золотого парашюта» при существовании на предприятии номинальных руководителей, поскольку это создает двойное их стимулирование, и они становятся заинтересованными в захвате предприятия материально.

Соответственно, главной задачей владельцев предприятия для защиты своего имущества является обязательный постепенный отход от практики использования такого явления как номинальные участники, а в случае, когда они все же используются, необходим постоянный контроль за ними, документальное ограничение отдельных их прав, особенно тех, которые касаются отчуждения имущества предприятия, а также соответствующее их материальное стимулирование.

Таким образом, анализ эффективности методов защиты в условиях конкретных методов рейдерского захвата предприятия показал, что высокую эффективность имеют методы «отпугивания акул» и «защита Пекмена». Методы же «белого рыцаря» и «ядовитой пилюли» фактически не являются методами защиты предприятия, поскольку предусматривают потерю контроля над ним.

Литература

1. Туник И.Ю. Антирейдер: пособие по противодействию корпоративным захватам / И.Ю. Туник, В.А. Поляков. – СПб.: Питер, 2007. – 208 с.
2. Нестеренко В.Ю. Методика оцінки слабких сторін підприємства, що сприяють його рейдерському захопленню / В.Ю. Нестеренко // Коммунальное хозяйство городов. Научно-технический сборник. Выпуск 85. Серия: Экономические науки. – Киев: Техника, 2008. – С. 344-349.
3. Кульпинов В. Рейдерство в Украине. Как защитить предприятие / В. Кульпинов, И. Зайцев. – К: ТанDEM, 2008. – 160 с.
4. Рудык И. Б. Методы защиты от враждебного поглощения / И.Б. Рудык. – М.: Дело, 2006. – 384 с.
5. Горовий Д.А. Розробка заходів з мінімізації ризику рейдерського захоплення підприємства / Д.А. Горовий, В.Ю. Нестеренко // Економіка транспортного комплексу: Збірник наукових праць. – Харків: ХНАДУ. – 2007. – Вип. 11 – С. 22-32.

ЛОГИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

В современных условиях глобализации мировой экономики и интеграции России в мировое хозяйство происходит усиление конкуренции, и для успешного функционирования предприятию уже недостаточно просто про-

изводить продукцию в максимально возможном объеме, выполняя свои внутренние планы, важно эту продукцию затем и реализовать. Однако в условиях сильной конкурентной борьбы выживает только то предприятие, которое сможет предложить рынку качественную продукцию по более низкой цене, чем у конкурентов. Цена продукции зависит не только от затрат на ее производство, но и от затрат на ее транспортировку, складирование, реализацию и т.д. Уменьшение этих издержек приводит к снижению себестоимости, таким образом, повышается прибыль и увеличивается конкурентоспособность предприятия на рынке. Именно эти вопросы охватывает логистика, в которой заключен весь спектр деятельности хозяйствующего субъекта: процесс планирования, реализации, контроля затрат, перемещения и хранения материалов, полуфабрикатов и готовой продукции, а также связанной с ними информации о поставке товаров от места производства до места потребления.

В предпринимательской деятельности, экономической и научной литературе зарубежные специалисты выделяют два принципиальных направления в определении логистики. Одно из них связано с функциональным подходом к товародвижению, т. е. управлением всеми физическими операциями, которые необходимо выполнять при до ставке товаров от поставщика к потребителю. Другое направление характеризуется более широким подходом: кроме управления товародвижением, оно включает анализ рынка поставщиков и потребителей, координацию спроса и предложения на рынке товаров и услуг, а также осуществляет гармонизацию интересов участников процесса товародвижения.

Разумеется, в отмеченных выше трактовках логистики справедливо выделяются те или иные ее стороны, однако упускается из виду важнейший, по нашему мнению, аспект логистики – возможность влиять на стратегию корпорации и на создание новых конкурентных преимуществ для фирмы на рынке, т. е. на ее конечные цели [1].

В условиях ужесточения конкуренции на товарных рынках повышение конкурентоспособности становится главной стратегической целью промышленного предприятия. Возникает объективная необходимость создания механизма управления конкурентоспособностью на уровне предприятия, предусматривающего поиск новых адекватных условиям конкурентной среды инструментальных средств формирования конкурентоспособности. В этой свя-

зи особый интерес представляет применение концепции логистики в решении проблемы создания стратегических конкурентных преимуществ предприятия. Использование потенциала логистики как инструмента оптимизационного управления экономическими потоками предприятия открывает широкие возможности приобретения уникальных компетенций и формирования на этой основе устойчивой конкурентоспособности [10].

Вопросы обеспечения эффективности деятельности предприятия на основе использования логистики исследовались в работах Д.Л. Вордлоу, Д.Ф.Вуда, Д.Д. Клосса, М. Кристофера, А. Куна, Д.Р. Стока, Д.Уотерса, Р.Б. Хендфилда, А.У. Альбекова и др. Вместе с тем, не все аспекты влияния логистики на повышение конкурентоспособности фирм современного рынка нашли достаточно полное отражение в имеющихся публикациях. Поэтому большое значение приобретает изучение влияния системы логистики на конкурентоспособность предприятий.

Логистика направлена на достижение высокого качества обслуживания потребителей на основе интеграции ключевых сфер компетентности (рисунк). Это позволяет выработать современные технологии логистического менеджмента и добиться высокого уровня конкурентоспособности.



Рис. Ключевые сферы компетентности логистики

Успехи в каждой из указанных сфер имеют смысл только в том случае, если они обеспечивают повышение общей эффективности логистической

системы. Особо следует выделить логистическую информацию, которая составляет важнейший стратегический ресурс логистики. Использование компьютерных информационных технологий позволяет снизить издержки логистики благодаря более эффективному управлению информационными потоками, увеличению их скорости и координации [7]. Классики логистики Дональд Бауэрсокс и Дэвид Клосс справедливо подчёркивают: «Фирмы с передовыми логистическими системами считают, что дешевле с помощью информации искать оптимальные решения, чем осуществлять неоптимальные перемещения запасов» [2].

Таким образом, успешная интеграция сфер компетентности логистики достигается в том случае, когда в совокупности они оказывают положительный эффект на функционирование логистической системы в целом.

За рубежом логистика давно стала практическим инструментом бизнеса, одной из основных комплексных функций, характеризующих финансово-производственную деятельность западных фирм. Различные логистические концепции в стратегическом планировании и текущем управлении основными сферами бизнеса уже, по крайней мере, в течение двадцати и более лет применяют ведущие зарубежные фирмы и транснациональные корпорации, такие как IBM, Procter&Gamble, Coca-Cola, General Motors, Ford Motors, Volvo, Toyota Motors, Electrolux, TNT, Deutsche Telecom, BTL, ASGAB, Acer Computer, G&F Industries, Johnson&Johnson и многие другие.

Как показывает зарубежный опыт, сокращение на 1% логистических издержек эквивалентно почти 10 %-ному увеличению объема продаж фирмы. По данным Европейской логистической ассоциации применение логистических разработок позволяет сократить время производства товаров на 25%, снизить себестоимость производства продукции до 30%, сократить объёмы материально-технических запасов от 30 до 70% [9].

По отдельным товарам наблюдается большой интервал между производством и продажей. Мировая практика показывает следующее распределение итогового времени нахождения товара в производственно-логистическом обороте:

- 3% времени – в производстве, у изготовителей;
- 10% времени – в процессе перевозки, т. е. на транспорте;

– 87 % времени – в процессе дополнительной обработки, упаковки, на складах.

Представленная статистическая информация свидетельствует о том, что логистика играет ключевую роль в производственном обороте, особенно четко прослеживается ее воздействие на расходы, связанные с продажей товаров. К данным расходам относятся издержки по выполнению заказов, включающие затраты на их обработку, перевозку и складирование грузов, управление запасами, упаковку и поддерживающую деятельность (обеспечение запасными частями, послепродажный сервис). Не менее очевидно воздействие логистики на улучшение положения фирм на рынке, что оценивается, как правило, увеличением их доли на нем и во многом зависит от эффективного предложения данными фирмами конкурентоспособного уровня обслуживания потребителей. Также логистика оказывает влияние на инвестированный капитал, которое осуществляется через основные категории активов и пассивов баланса фирм. Такие элементы баланса, как «наличность и счета дебиторов», относящиеся к оборотному капиталу, являются решающими с точки зрения ликвидности фирмы. В последние годы важность этих элементов стала общепризнанной, поскольку многие фирмы столкнулись с нехваткой наличности. Однако еще нельзя с точностью утверждать, что логистические переменные оказывают непосредственное влияние на данную часть баланса. Хотя неоспорим тот факт, что чем короче срок выполнения заказов, тем быстрее может быть выписан счет. Подобным образом скорость выполнения заказов может повлиять на поток наличности, если счет не выписывается до тех пор, пока товары не отправлены. Одной из менее очевидных логистических переменных, влияющих на наличность и счета дебиторов, является точность при выписке счетов. Если потребитель обнаруживает, что его счет содержит неточности, он, вероятно, не будет его оплачивать, и временной лаг между выполнением заказа и оплатой будет увеличиваться до тех пор, пока ошибку не исправят.[2] Существенное влияние на оборотный капитал логистика оказывает через сокращение запасов сырья, полуфабрикатов, комплектующих и готовых изделий. Очень часто 50 и более процентов оборотного капитала фирм-производителей приходится на запасы. Поэтому логистический фактор, воздействующий на инвестированный капитал, в значительной мере зависит от политики компаний в отношении уровней запасов,

степени контроля и управления уровнем запасов, а также от системы планирования потребностей распределения.

Фирмы, взявшие на вооружение логистическую стратегию, постоянно анализируют ее. Тщательному анализу подвергаются также прибыль и инвестированный капитал, чтобы убедиться в максимальной эффективности использования ресурсов. Подставляя значения переменных в формулу, где множителями являются коэффициент доходности и оборачиваемость капитала, можно с достаточной степенью условности количественно определить влияние логистики на соотношение прибыли, полученной от продаж товаров, и инвестированного капитала, поскольку доходы от логистических услуг и расходы на логистические операции входят существенной частью в суммарные доходы и расходы фирм:

$$\text{ПИК} = (\text{П} / \text{И}) \times 100,$$

где ПИК – прибыль на инвестированный капитал;

П – прибыль от продаж;

И – инвестированный капитал.

Согласно зарубежной практике, фирмы, которые следуют логистической концепции и строят свою стратегию на ее основе, имеют лучший показатель, отражающий отношение прибыли, полученной от продажи товаров или услуг, к инвестированному капиталу.

При использовании отечественными предприятиями стандартных зарубежных логистических концепций и технологий часто не принимается во внимание тот факт, что они разработаны для стандартизованного западного бизнеса, в стандартных условиях устойчивости макросреды бизнеса и стабильной экономики с законопослушными предприятиями и гражданами. Нельзя забывать о макроэкономической ситуации, об издержках Российского законодательства, наконец, о российском менталитете. Основная проблема, на наш взгляд, состоит в отсутствии у многих российских предприятий главного ресурса – необходимой культуры управления и базы логистических знаний [4].

Повышение конкурентоспособности фирм за счет логистики – процесс непрерывный и динамичный. В сферах производства и обращения применение логистики позволяет:

– снизить запасы на всем пути движения материального потока;

- сократить время прохождения товаров по логистической цепи;
- снизить транспортные расходы;
- сократить затраты ручного труда и расходы на операции с грузом

[5]. Однако логистика способствует повышению эффективности работы фирмы и, как следствие, ее конкурентоспособности при соблюдении следующих требований:

1. Поддержание связи логистики с корпоративной стратегией. Обще-признано, что все аспекты логистических операций должны быть непосредственно связаны со стратегическим планом корпорации или фирмы. Это первое и самое главное условие достижения высоких прибылей от применения логистики.

2. Совершенствование организации движения материальных потоков. Это требование призывает к такой организации логистических операций, которая дала бы возможность контролировать все функции по выполнению задач, связанных с закупкой, транспортировкой, складированием, хранением запасов и сбытом под эгидой единого коммерческого подразделения. Другими словами, все логистические функции должны быть объединены под соответствующим контролем централизованного и децентрализованного руководства с учетом того, что эффективные решения легче принять, если спецподразделение отвечает за все тесно связанные между собой логистические операции.

3. Поступление необходимой информации и современная технология ее обработки. Используя сети электронного обмена данными с потребителями, например, можно повышать конкурентоспособность и долю рынка. Творчески применяя модели на базе ЭВМ, можно также повышать качество обслуживания клиентуры.

4. Эффективное управление трудовыми ресурсами играет решающую роль в наладке слаженного механизма управления материальными потоками. Те фирмы, которые считают квалифицированные кадры самым важным своим ресурсом, могут рассчитывать на эффективное функционирование логистической системы.

5. Налаживание тесной взаимосвязи с другими фирмами в области выработки стратегии. Опыт подтверждает, что наибольших успехов в увеличении прибыли добиваются как раз те фирмы, в которых установлены прочные связи с внешними и внутренними участниками коммерческих отношений.

6. Учет прибыли от логистики в системе финансовых показателей. На основе практического опыта фирмы пришли к выводу, что лучше всего логистические операции, такие, как транспортировка, складирование и другие, поддаются оценке со стороны учетно-калькуляционных подразделений или иных структурных органов, которые результаты деятельности измеряют полученной прибылью.

7. Определение оптимальных уровней логистического обслуживания с целью повышения рентабельности. Для выявления оптимального уровня качества обслуживания определяют дополнительные доходы, достигнутые от предоставления высококачественного сервиса, и измеряют отношение прибыли, полученной от него, к затратам, связанным с поддержанием таких уровней.

8. Тщательная разработка логистических операций.

Американские специалисты Д. Бушер и Г. Тиндол считают, что выполнение фирмами вышеуказанных восьми требований гарантирует взаимосвязь логистики с маркетингом и производством, обеспечивает не только высококачественное проведение всех логистических операций, но и создание эффективного, с низкими издержками сервиса для покупателей, будет содействовать росту прибыли по активам рассматриваемой сферы деятельности, оказывая воздействие на уровень конкурентоспособности предприятий [8].

Таким образом, можно отметить, что логистика влияет почти на каждую составляющую конкурентоспособности предприятий: расходы, связанные с продажей товаров, долю предприятия на рынке, инвестированный капитал, оборотный капитал и др. Повышение конкурентоспособности фирм за счет логистики – процесс непрерывный и динамичный, который протекает при соблюдении ряда требований, включающих совершенствование организации движения материальных потоков, эффективное управление трудовыми ресурсами, налаживание тесной взаимосвязи с другими фирмами и др. Фирмы, взявшие на вооружение логистическую стратегию, должны постоянно анализировать ее, подвергая тщательному анализу прибыль и инвестиционный капитал, чтобы убедиться в максимальной эффективности использования ресурсов.

Литература

1. Аникин Б.А. Логистика. М.: ИНФРА-М, 1999. С. 327.

2. Бауэрсокс Д. Логистика. Интегрированная цепь поставок. М.: Олимп-Бизнес, 2006. С. 639.
3. Логистика [сайт]. URL: <http://www.bizprofy.ru/logistics/detail02/criteriat14.php>. (дата обращения: 14.09.2011).
4. Международный центр логистики [сайт]. URL: <http://mclog.ru/mcl/SCM-sergeev.php>. (дата обращения: 19.09.2011).
5. Мешкова Л. Л., Белоус И. И., Фролов Н. М. Логистика в сфере материальных услуг. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2002. С. 188.
6. Миротин Л. Б., Сергеев В. И. Основы логистики: Учеб. пособие. М.: ИНФРА-М, 2000. 200.
7. Логлинк [сайт]. URL: <http://www.loglink.ru/massmedia/analytics/record/?id=1275>. (дата обращения: 15.09.2011)
8. Сербин В. Д. Основы логистики: учебное пособие. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2004. С. 256.
9. Трансмап [сайт]. URL: <http://transmap.ru/articles/view/193/>. (дата обращения: 07.09.2011)
10. Янченко В.Ф. Управление качеством в сфере услуг. Системно-логистический подход: Монография. СПб.: РГПУ им. А. И. Герцена, 2001. С. 352.

МОДЕЛИ СИСТЕМ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ В КОРПОРАЦИЯХ: МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ

С усилением процесса глобализации и интеграции мирового пространства в экономической жизни общества все большее значение приобретают корпоративные образования, дальнейший рост макроэкономических показателей которых возможен лишь при условии обеспечения соответствующего уровня их управления, и, более того, увеличения эффективности системы внутреннего контроля.

Эффективно организованная система внутреннего контроля является основой успешной деятельности не только корпорации, но и любого другого субъекта предпринимательской деятельности. Основной проблемой построения системы внутреннего контроля является согласование интересов собственников и органов управления корпорации [14, с. 4].

Цель данного исследования заключается в установлении значения системы внутреннего контроля корпораций, определении основных составляющих данного контроля и моделей внутрикорпоративного управления.

Внутренний контроль – процесс, осуществляемый руководством и персоналом компании, направленный на обеспечение уверенности в том, что будут достигнуты цели компании в следующих сферах: эффективность и ре-