

Таблиця

Решение задачи симплексным методом

Ба- зис	C	C'	0	0,2	0,1	-0,1	0	0	0	-M	-M
			P ₀	P ₁	P ₂	P ₃	P ₄	P ₅	P ₆	P ₇	P ₈
Первая итерация											
P ₄	0	0	-10	1	1	1	1	0	0	0	0
P ₇	-M	0	-2	-1	1	-1	0	-1	0	1	0
P ₆	0	0	-4	-1	0	1	0	0	1	0	0
P ₈	-M	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1
		0	0	-0,2	-0,1	0,1	0	0	0	0	0
		-1	2	0	-2	0	0	1	0	0	0
Вторая итерация											
P ₂	0,1	0	-10	1	1	1	X	0	0	0	0
P ₇	-M	0	8	-2	0	-2	X	-1	0	1	0
P ₆	0	0	-4	-1	0	1	X	0	1	0	0
P ₈	-M	1	10	0	0	0	X	0	0	0	1
		0	-1	-0,1	0	0,2	X	0	0	0	0
		-1	-18	2	0	2	X	1	0	0	0
Третья итерация											
P ₂	0,1	0	0	-3/2	1	-3/2	X	-5/4	0	X	0
P ₀	0	0	1	-1/4	0	-1/4	X	-1/8	0	X	0
P ₆	0	0	0	-2	0	0	X	-1/2	1	X	0
P ₈	-M	1	0	5/2	0	5/2	X	5/4	0	X	1
		0	0	-7/20	0	-1/20	X	-1/8	0	X	0
		-1	0	-5/2	0	-5/2	X	-5/4	0	X	0
Четвертая итерация											
P ₂	0,1	3/5	0	0	1	0	X	-1/2	0	X	X
P ₀	0	1/10	1	0	0	0	X	0	0	X	X
P ₆	0	4/5	0	0	0	2	X	1/2	1	X	X
P ₁	0,2	2/5	0	1	0	1	X	1/2	0	X	X
		7/50	0	0	0	0,3	X	1/20	0	X	X

В приведенном примере не был принят во внимание в явном виде фактор времени. Заранее предполагалось,

что величина процентной ставки уже приведена к конкретному временному интервалу (отсюда такое резкое увеличение процентной ставки в третьем банке по сравнению с двумя первыми). Если же в задачу будет введена временная зависимость *s* процентной ставки, то общая постановка задачи примет следующий вид: найти максимум функции, которая отражает наибольшее значение ключа леввериджа при существующих условиях кредитования на заданном временном интервале:

$$F = \frac{x_1 \cdot t_1 \cdot s + x_2 \cdot t_2 \cdot s + x_3 \cdot t_3 \cdot s}{x_1 + x_2 + x_3} \quad (24)$$

при ограничениях 15 и 12.

В такой постановке задача также может быть решена методами математического программирования, в частности, алгоритмами параметрического программирования [2].

Математическая модель решения задачи об оптимальном соотношении величины процентной ставки и объемов привлекаемых средств может иметь и другой вид. Это связано с тем, что при решении задачи мы исходили из условия максимизации прибыли, которое представлено выражением 1. Если главная цель или условие, которым руководствуется предприятие в своей деятельности, будет иным, то и математическая модель, естественно, примет другой вид. Тем не менее, рассмотренные модели можно применять для предварительной оценки, на этапе планирования оборотных средств, так как в концептуальном плане предложенные оптимизационные модели обеспечивают выбор приемлемого решения. По мере получения большей информации об источниках формирования оборотных средств и условиях, на которых предоставляются средства, математическая модель может быть конкретизирована применительно к новым условиям и, в конечном счете, задача формирования оборотных средств может быть сведена к задаче управления оборотными средствами.

В заключение отметим, что предложенные модели могут использоваться и в режиме разработки общей стратегии развития предприятия.

Список литературы

1. Коласс Б. Управление финансовой деятельностью предприятия. – М.: Финансы, ЮНИТИ, 1997. – 576 с.
2. Корн Г., Корн Т. Справочник по математике для научных работников и инженеров. – М.: Наука, 1970. – 720 с.

Summary

In work accents attention on the analysis of parameters of the interest rate under the credits and their interrelation with volume of involved means as to the basic task during formation of structure of a working capital.

УДК 339.5

Слюнина Т.Л., Харьковский государственный экономический университет

**ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ СТРУКТУРЫ УПРАВЛЕНИЯ
ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ**

В статье описываются организационные структуры управления внешнеэкономической деятельностью (ВЭД) предприятия. В работе говорится о необходимости адаптации предприятий на макроэкономическом и межгосударственном уровне к ситуации, которая существует сегодня в экономике страны. Приводятся возможные формы ВЭД предприятий и анализ структуры управления различных организационных форм ВЭД. Автор делает вывод, что украинские предприятия не должны ограничиваться использованием какой-либо одной из организационных форм ВЭД, им следует учитывать конк-

ретные условия на определенном рынке и детально приспособляться к собственным потребностям, применять в сочетании различные организационные формы ВЭД.

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность, организационная структура управления, стратегический союз.

В настоящее время складывается качественно новая ситуация, требующая не только структурной адаптации к ней на макроэкономическом, межгосударственном уровне, но и перестройки внешнеэкономической деятельности (ВЭД) предприятий, изыскание ими новых более соответствующих меняющимся требованиям рынка организационных структур управления ВЭД.

Изучение зарубежного опыта организации управления ВЭД показало, что для того, чтобы предприятие, выходящее на внешний рынок, было конкурентоспособным необходимо выполнение ряда требований [1]:

- соответствие поставляемых товаров и услуг рыночным требованиям;
- уникальность условий предложения выпускаемой продукции, что дает возможность удовлетворять исключительные потребности клиента;
- близость к потребителю (личные контакты при продаже, интенсивность послепродажного обслуживания);
- присутствие на ключевых рынках, что помогает предприятию чутко реагировать на тенденции развития отрасли и конкуренции, важные технологические изменения. В силу структуры спроса ключевые рынки представляют собой необходимую базу для достижения мирового имиджа;
- наличие системы обратной связи. Предприятия, ведущие ВЭД в различных странах, должны располагать информацией о состоянии рынка.

Достижение конкурентоспособности предприятий при осуществлении ВЭД невозможно без выполнения повышенных требований к звеньям организационных структур управления ВЭД предприятий.

Наиболее простой организационной формой ВЭД предприятий является использование торговых посредников (специализированных внешнеэкономических организаций), что целесообразно, если предприятие реализует большую часть своей продукции на внутреннем рынке, а на мировой выходит крайне редко. На таких предприятиях создается встроенный экспортный отдел, организационно зависимый от сбытового подразделения. В его обязанности входит подготовка и ведение необходимой документации, наблюдение за исполнением внешнеэкономических сделок. Предприятия, имеющие такой неразвитый внешнеэкономический аппарат могут также входить в стратегические союзы, что позволит им для выхода на внешний рынок использовать сбытовые каналы партнеров по альянсу.

Для предприятий, осуществляющих регулярный сбыт продукции на внешнем рынке, независимо от используемых организационных форм ВЭД, реко-

мендуется наличие развитого внешнеэкономического аппарата, осуществляющего изучение и прогнозирование конъюнктуры рынка, переговоры с контрагентами, оформление и заключение сделок, сбыт продукции, используя для этого собственные, посреднические каналы сбыта или возможности партнеров по стратегическим союзам.

Наличие рассмотренных органов управления ВЭД не позволяет украинским предприятиям в полном объеме выполнить требования конкурентоспособности. Независимо от функций, выполняемых существующими на предприятиях внешнеэкономическими подразделениями, анализ деятельности украинских предприятий показал необходимость усиления маркетинговой ориентации ВЭД, что является важной составляющей конкурентоспособности предприятий. В настоящее время маркетинговые исследования важны не только при работе на международном рынке, но и на внутреннем в связи с ростом конкуренции между производителями, предъявляющей повышенные требования к качеству, ассортименту и цене продукции, возникновением проблемы реализации продукции.

Сложности сбыта продукции ставят перед маркетинговыми службами не только задачи обеспечения формирования спроса и стимулирования сбыта, анализа конкурентов, потребителей, рынков сбыта уже производящейся продукции, но и подразумевает постоянную работу по изучению существующих и планированию будущих товаров. Для решения данной задачи целесообразно использовать такие организационные формы как глобальные объединения (финансово-промышленные группы – ФПГ) и стратегические союзы.

Зависимость выбора звеньев организационных структур управления от различных организационных форм ВЭД предприятий представлена в таблице.

Анализ звеньев структуры управления для различных организационных форм ВЭД предприятий показал, что несмотря на наличие повышенных требований к органам управления в стратегических союзах и глобальных объединениях, данные организационные формы обладают тем преимуществом, что позволяет соединить сильные стороны партнеров для решения единой задачи.

Сравнение двух направлений глобализации экономики позволяет сделать вывод, что стратегические союзы имеют ряд преимуществ по сравнению с глобальными объединениями: не требуют значительных капиталовложений для развития зарубежной деятельности; позволяют преодолеть барьеры антимонопольного законодательства; используют для осуществления координации международной деятельности менее сложно управляемые организационные структуры.

Таблиця

Состав звеньев структуры управления для различных организационных форм ВЭД предприятий

Звенья организационных структур	Организационные формы		
	Предприятие	Стратегические союзы ("дружественные союзы")	Глобальные объединения (ФПГ)
Внешнеэкономический аппарат	1. Внешнеэкономическое подразделение, включающее отделы: - экспорта и сотрудничества; - маркетинга; - конъюнктуры и цен; - послепродажного обслуживания; - другие	1. Встроенный экспортный отдел 2. Внешнеэкономическое подразделение, включающее отделы: - экспорта и сотрудничества; - маркетинга; - конъюнктуры и цен; - послепродажного обслуживания; - другие	1. Внешнеэкономическое подразделение, включающее отделы: - экспорта и сотрудничества; - маркетинга; - конъюнктуры и цен; - послепродажного обслуживания; - другие
Структуры, осуществляющие ВЭД за рубежом	1. Зарубежные представители 2. Смешанные общества	1. Совместные (смешанные) предприятия 2. Производственные, научно-исследовательские и сбытовые подразделения партнеров по союзу	1. Подразделения, осуществляющие маркетинговые исследования, производство и сбыт зарубежных дочерних компаний и филиалов
Орган, осуществляющий координацию международной деятельности	—	1. Международное отделение 2. Координационный совет	1. Отдел в центральных службах 2. Международное отделение 3. Дочерняя компания по управлению зарубежной деятельностью

В целом теоретические аспекты развития стратегических союзов еще недостаточно разработаны. Одной из основных причин этого является невозможность посмотреть на это явление как бы со стороны из-за небольшого срока их существования и неясности результатов большинства альянсов.

Выделяют следующие возможные варианты развития стратегических союзов [2]:

1. Кооперация в рамках последовательных программ приводит к концентрации, т.е. к слиянию, перекрест-

ному участию или другой форме перегруппировки собственности участников стратегических союзов. В этом случае союз является лишь переходным этапом на пути к концентрации.

2. Кооперация носит эпизодический характер и прекращается, не затронув стратегических позиций участников, независимо от результатов сотрудничества. После завершения проекта каждый участник вновь становится автономным, хотя союз меняет условия конкуренции между партнерами.

3. Стратегические союзы развиваются во времени, выходя за рамки первоначальных целей, но это не приводит к вертикальной интеграции. Каждый партнер сохраняет самостоятельность в области принятия решений и право выйти из союза. Существование таких "незаконченных" союзов свидетельствует о стремлении фирм-партнеров воспользоваться опытом совместной работы для повышения эффективности кооперации.

4. Структуры, создаваемые для осуществления совместной деятельности или кооперативных программ, постепенно выходят из-под контроля партнеров и начинают действовать как самостоятельные предприятия, логика развития которых вступает в конфликт с интересами партнеров.

5. Усиление стратегических позиций одного из партнеров в ущерб другим благодаря участию в стратегических союзах. Слабые партнеры пользуются союзами, чтобы преодолеть технологическое отставание, а сильные — для нейтрализации более слабых, препятствуя их превращению в конкурентов.

Украинские предприятия не должны ограничиваться использованием какой-либо одной из организационных форм ВЭД. Необходимо, учитывая конкретные условия на определенном рынке, детально приспособивая их к собственным потребностям, применять в сочетании различные организационные формы. Это требует совершенствования всей политики управления предприятиями, осуществляющих ВЭД.

Список литературы

1. Вьютрих Ханс А., Винтер Вольфганг Б. Конкурентоспособность глобальных предприятий / Проблемы теории и практики управления. — 1995. — № 3.
2. Современные теории внешнеэкономических отношений / Рос. АН, ИНИ-ОН. — М., 1992.
3. Стровский Л.Е. Внешний рынок и предприятие. — М.: Финансы и статистика. — 1993.

Summary

The article describes external economic structure of enterprise. It tells us about the necessary of adaptation on the macroeconomic level. The author concludes that Ukrainian enterprises shouldn't use only one external economic organization form. They should take into account the conjuncture of a market using different external economic forms.

УДК 336.717.1:681.3

Савченко А.С., Національний банк України

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ З ВИКОРИСТАННЯМ ЗАСОБІВ INTERNET

В статті розглянуто застосування і можливості сучасних електронних платіжних систем в процесі купівлі товарів та надання послуг. Вказано на проблеми, пов'язані із впровадженням електронної комерції, та шляхи їх вирішення.

Ключові слова: Internet, системи організації платежів, захист платежів.

Існування загальносвітових комп'ютерних мереж викликає невпізнанні зміни у людському суспільстві. Зменшується залежність від таких факторів як відстань та місцезнаходження, зникають кордони та обмеження для переміщення інформації. Завдяки Internet виникає єдина телекомунікаційна інфраструктура, і більшість споживачів у всьому світі незабаром матимуть можливість користуватися рядом послуг та здійснювати купівлю товарів, залишаючись вдома. Це означає, що велика частка комерційних операцій перейде з традиційної сфери до нового комунікаційного середовища, у зв'язку з чим виникнуть нові типи комерційних установ, діяльність яких стане реальною лише завдяки необмеженим можливостям, які створює це середовище.

Традиційні засоби платежів, наприклад, готівка і навіть більш сучасні досягнення у сфері платіжних систем – кредитні картки чи перерахування коштів за допомогою торговельних платіжних терміналів – виявляються або зовсім непридатними для використання як платіжні механізми у цьому новому середовищі, або недостатньо надійними через проблеми безпеки чи неефективності. До того ж, оскільки технології, що базуються на використанні інтелектуальних карток, не відрізняються принципово від тих, які застосовуються в глобальних мережах, такі системи заміни готівки в “реальному” світі можуть бути інтегровані з мережними платіжними механізмами так само, як телебачення може бути інтегроване з іншими формами передачі інформації та телекомунікації.

Завдяки комерційному використанню нової інфраструктури компанії розгортають діяльність, спрямовану на максимальне застосування режиму on-line і можливостей глобальної мережі в процесі купівлі товарів та надання послуг. Компанії, які працюють у галузі інформаційних та телекомунікаційних технологій, отримують нові широкі можливості для свого розвитку і новий перспективний ринок. Провідну роль у всіх цих змінах відіграють електронні платіжні системи.

Організація платежів у мережі Internet

Розрахунки з використанням телекомунікаційної інфраструктури здебільшого здійснюються у режимі on-line. При цьому перевіряється можливість здійснення платежу – достатність коштів у платника.

Більшість систем, що використовуються для електронної комерції в Internet, виконують кліринг усіх платежів у єдиному розрахунковому банку. Однак існує можливість позбавитися цього обмеження.

Найбільш поширена в Internet електронна комерція з використанням номерів кредитних карток. Існують також самостійні платіжні системи, хоча вони менш поширені.

Завдяки незначній спеціалізації, відкритості практично для будь-якого продавця та малим затратам на телекомунікації платіжні системи з використанням “електронних грошей” та відкритих мереж Internet характеризуються дуже невисокою вартістю трансакцій. Точна статистика щодо цих систем відсутня, але за деякими оцінками вартість однієї трансакції в ній становить 1-5 цента, а можливо, навіть і менше.

В Internet нині запроваджуються платіжні системи, які забезпечують обмежену анонімність платежів. Неанонімні системи дозволяють ідентифікувати кожну конкретну покупку. Перевагою таких систем вважається можливість створювати високоефективні бази даних для маркетингу, а також розробляти стратегію зміцнення стосунків з клієнтами. Вважається також, що анонімність сприяє кримінальній діяльності та ухиленню від сплати податків. З іншого боку, часто висуваються аргументи, що відсутність анонімності є втручанням у приватне життя споживачів. Тому поєднання позитивних властивостей обох підходів паралельно з обмеженням притаманних їм недоліків є дуже перспективним.

Методи захисту платежів у мережі Internet

Слабким місцем мережної інфраструктури є незахищені канали зв'язку, де існує можливість появи неіснуючих платежів, перехоплення та несанкціонованого використання платіжних даних, інших проявів шахрайства та зловживань. Такі випадки траплялися в