

На правах рукописи

Селютина Татьяна Сергеевна

**РАЗВИТИЕ ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОГО
ОБЕСПЕЧЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО
АНАЛИЗА КОРПОРАЦИИ**

Специальность 08.00.12 – Бухгалтерский учет, статистика

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

ВОРОНЕЖ – 2019

Работа выполнена в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Воронежский государственный университет»

Научный руководитель – доктор экономических наук, профессор
Ендовицкий Дмитрий Александрович

Официальные оппоненты:

Пласкова Наталья Степановна, доктор экономических наук, профессор, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», базовая кафедра финансового контроля, анализа и аудита Главного контрольного управления города Москвы, профессор,

Остаев Гамлет Яковлевич, кандидат экономических наук, доцент, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Ижевская государственная сельскохозяйственная академия», экономический факультет, кафедра бухгалтерского учета, финансов и аудита, доцент

Ведущая организация – Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уральский государственный экономический университет»

Защита состоится «21» декабря 2019 г. в 10-00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.038.23 при Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Воронежский государственный университет» по адресу: 394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, д. 42В, учебный корпус № 5А, блок А, ауд. 203А.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке и на сайте ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет», www.science.vsu.ru

Автореферат разослан «__» октября 2019 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета

Пожидаева
Татьяна Алексеевна

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. В современных условиях нестабильного развития экономики корпорации наиболее остро сталкиваются с проблемами поддержания устойчивого развития, повышения результативности финансового-хозяйственной деятельности, эффективности и конкурентоспособности производства и продажи. Перед экономическими субъектами ставятся задачи по формированию массива информации, позволяющей раскрывать особенности осуществления бизнеса экономическим субъектом, оценивать существенные риски его производственно-сбытовой деятельности, основные направления стратегического развития. Решение указанных задач отодвигает на второй план формирование потоков информации ретроспективного и текущего характера, выдвигая на первое место представление и раскрытие информации, способствующей принятию управленческих решений, направленных на устойчивое и долгосрочное развитие экономического субъекта.

Поддержание эффективного функционирования корпорации существенно зависит от обоснованности определения стратегических целей и задач, тактики и стратегии их достижения, что повышает роль стратегического экономического анализа, методы которого позволяют оценить позитивные и негативные аспекты его производственно-финансового развития, осуществить качественную оценку разнообразным факторам, определить степень их влияния на конкурентоспособность и инвестиционную привлекательность экономического субъекта в долгосрочной перспективе в условиях непрерывности деятельности.

Решение поставленных задач требует разработки новых подходов к учетно-аналитическому обеспечению принятия управленческих решений в области стратегического развития, применения для этих целей методов моделирования, корреляционно-регрессионного анализа, что обуславливает актуальность темы диссертационного исследования.

Степень разработанности проблемы. В условиях быстро меняющейся внешней среды функционирования экономические субъекты пошли по пути широкого внедрения в практику хозяйствования элементов стратегического рыночного управления, что расширяет возможности оценки деятельности организации в позиции предупреждения возможных изменений как внутренней, так и внешней среды, снижения риска недостижения ключевых показателей деятельности в долгосрочной перспективе. Существен-

ный вклад в развитие теории и методологии стратегического экономического анализа внесли такие авторы, как Андрейчиков А.В., Анфилатов В.С., Баканов М.И., Банк В.Р., Банк С.В., Бариленко В.И., Басовский Л.Е., Басовская Е.Н., Беляевский И.К., Бердников В.В., Бороненкова С.А., Виханский О.С., Герасименко Г.П., Герасимова Е.Б., Гиляровская Л.Т., Давнис В.В., Ендовицкий Д.А., Ефимова О.В., Керимов В.Э., Ковалев В.В., Когденко В.Г., Лубков В.А., Любушин Н.П., Магданов П.В., Макарьян Э.А., Мельник М.В., Никифорова Е.В., Никифорова Н.А., Николаева О.Е., Осмоловский В.В., Панина И.В., Панков В.В., Пласкова Н.С., Попова Л.В., Савицкая Г.В., Тараскина А.В., Хорев А.И., Хорин А.Н., Чепулянис А.В., Шадрина Г.В., Шеремет А.Д., Якушев А.А. и др.

Отдельные аспекты стратегического анализа, разработки положений стратегии развития экономических субъектов, информационного обеспечения эффективного управления нашли отражение в трудах таких зарубежных ученых, как Виссема Х., Гараедаги Дж., Грант Р.М., Грин В., Друкер П.Ф., Колинз Г., Котлер Ф., Нив Г., Портер М., Сливоцки А., Хоуп Дж., Фрейзер Р.М., Экклз Р.Дж. и др.

Отечественные исследователи в области теории и практики стратегического управления стали поднимать проблемы стратегического учета и оптимизации налогообложения, совершенствования методологии анализа производства и продаж, технологии маркетингового анализа. Отдельными авторами предприняты попытки классифицировать виды стратегического анализа, предложены модели принятия стратегических управленческих решений. Однако, не в полной мере обосновано место стратегического экономического анализа деятельности организации в системе комплексного экономического анализа, отсутствуют единые подходы к построению моделей прогнозирования процессов с учетом сезонных эффектов производства и продаж. Экономическая оценка надежности поставщиков и посредников ограничивается анализом их финансового положения, качества поставляемых материалов, ритмичности поставки. Не нашла отражение в рамках проведения стратегического экономического анализа оценка предпочтительности сотрудничества на конкурентном рынке.

Приведение теории и практики стратегического экономического анализа в соответствие с современными требованиями, недостаточная разработанность отдельных организационно-методических проблем применения экономико-математических методов в анализе и другие аспекты свиде-

тельствуют об актуальности и практической значимости избранной темы диссертационной работы, что повлияло на выбор цели, определение задач, структуры и основных направлений исследования.

Диссертационная работа выполнена в соответствии с научным направлением исследований Воронежского государственного университета «Развитие научного инструментария учетно-аналитического и контрольного обеспечения устойчивого развития экономических субъектов».

Цель и задачи исследования. Целью диссертационной работы является развитие теоретических и организационно-методических положений стратегического экономического анализа деятельности экономических субъектов для интенсификации прикладных задач в области усиления конкурентоспособности и укрепления уровня лидерства на рынке товаров, работ, услуг в условиях долгосрочного функционирования.

Исходя из цели исследования, в работе поставлены следующие задачи, определяющие структуру диссертации:

- систематизировать понятийный аппарат стратегического экономического анализа на основе раскрытия его экономической сущности и особенностей его проведения;
- выделить направления стратегического экономического анализа по классификационным признакам в соответствии с потребностями в обеспечении устойчивого и долгосрочного развития корпорации;
- определить место стратегического экономического анализа в системе комплексного экономического анализа с использованием методологии системного анализа;
- уточнить организационное обеспечение стратегического экономического анализа в разрезе выделенных его направлений (объектов), определить взаимосвязи между отдельными направлениями стратегического экономического анализа;
- разработать предложения по развитию методического обеспечения стратегического экономического анализа на основе использования методов прогнозирования показателей производственно-сбытовой деятельности корпораций;
- предложить методику формирования портфеля надежных поставщиков для обеспечения устойчивого долгосрочного сотрудничества в области поставок сырья и материалов.

Область исследования. Исследование соответствует п. 2.3 «Развитие методологии комплекса методов оценки, анализа, прогнозирования экономической деятельности», п. 2.11 «Теория и методология финансового, управленческого, налогового, маркетингового анализа» специальности 08.00.12 – Бухгалтерский учет, статистика паспорта специальностей ВАК России.

Предмет исследования. Предметом диссертационного исследования являются теоретические и организационно-методические положения стратегического экономического анализа деятельности корпорации.

Объектами исследования послужили экономические субъекты ЦЧР перерабатывающего сектора экономики, в том числе крупнейшие компании АПК России – ГК «ЭФКО» (российский производитель жиров специального назначения, переработчик отечественных масло семян, экспортер подсолнечного масла и производитель продуктов питания), ОАО «Сады Придонья» (лидер российского рынка в области производства плодов, крупнейший соковый производитель страны, единственная отечественная компания по производству соков, нектаров, детского питания, злаковых коктейлей), на примерах которых проводился рейтинговый анализ вариантов сотрудничества и оценка ценности поставщиков; прогнозирование объемов сбыта продукции в рамках анализа производственно-сбытовой деятельности экономического субъекта.

Теоретическая и методологическая основа исследования. Теоретической основой диссертационной работы являются теория конкуренции, научные труды отечественных и зарубежных авторов по методологии и организации стратегического управления, бухгалтерского учета, экономического анализа, маркетинга; законодательные и нормативные акты по бухгалтерскому учету и аудиту; научно-методическая литература периодических изданий; материалы научных конференций и семинаров.

Методология исследования основывалась на использовании таких общенаучных и специальных методов познания, как анализ, синтез, дедукция, индукция, системность и комплексность, конкретизация и абстрагирование, обобщение и интерпретация, моделирование, отбор, группировка, сравнение, методы экспертных оценок, факторного анализа; применялись исторический и логический подходы к получению доказательств и аргументации новых положений диссертационной работы.

Информационную базу проведения диссертационного исследования составили гражданское законодательство, нормативные акты РФ по бухгалтерскому учету, аудиту эффективности деятельности коммерческих организаций, занятых производством продуктов питания, подсолнечного масла, соков, нектаров, а также материалы профильных министерств и ведомств (Министерства промышленности и торговли РФ, Министерства сельского хозяйства РФ, Департамента пищевой и перерабатывающей промышленности, Ассоциации предприятий масложировой промышленности Евразийского экономического союза (АППП ЕАЭС), Молодежного совета пищевиков, материалы сети Интернет, справочно-правовых систем и электронных средств массовой информации.

Научная новизна исследования состоит в развитии теоретических и организационно-методических положений стратегического экономического анализа, направленных на прогнозирование уровня устойчивого развития экономического субъекта, укрепление результативности производственно-сбытовой деятельности, повышение пропускной способности каналов продвижения товаров, работ, услуг, поддержания уровня лидерства на рынке товаров, работ, услуг; имеющих существенное значение для развития теории и методики экономического анализа.

Получены следующие основные результаты, выносимые на защиту:

- обоснованы предложения по развитию теоретических положений стратегического экономического анализа, включающие разработанную классификацию стратегического экономического анализа по новым выделенным признакам (по объектам анализа, субъектам и пользователям результатов анализа, источникам информационного обеспечения); предложенный концептуальный подход к представлению стратегического экономического анализа как системы взаимосвязанных направлений в разрезе выделенных объектов анализа (анализ рынка, анализ потребителей, анализ конкурентов, анализ поставщиков и посредников, анализ товаров, анализ производства и продаж, анализ цен, анализ продвижения товаров, работ, услуг), позволяющий получить целостную картину о характере влияния факторов внутренней и внешней среды функционирования корпорации;
- уточнено содержание стратегического экономического на основе систематизации аналитических процедур и совокупности показателей по каждому объекту анализа, что позволило обосновать стратегический эко-

номический анализ как инструмент достижения целевых эффектов стратегического управления корпорацией;

- предложен организационный механизм стратегического экономического анализа корпорации, включающий схему взаимодействия координаторов, организаторов и исполнителей в процессе проведения анализа, распределения должностных обязанностей между ними в процессе его проведения и ответственности за достижение целевых эффектов, что позволяет исключить дублирование выполняемых в ходе проведения стратегического экономического анализа функций;

- разработана статистическая модель прогнозирования объемов потребления производимого товара корпорации, учитывающая сезонность потребления, влияние фактора времени, позволяющая осуществить корректировку производственно-сбытовой программы, снизить риски затоваривания и повысить эффективность управления продажами;

- предложен методический подход к анализу и оценке альтернативных вариантов выбора поставщика, позволяющий на основе системы показателей (коэффициент участия поставщика в кооперативных поставках, коэффициент качества продукции, коэффициент ритмичности поставки, коэффициент конкурентоспособности поставщика) ранжировать поставщиков по классам предпочтительности и сформировать портфель надежных поставщиков, что позволит обеспечить бесперебойный процесс поставок сырья и материалов.

Практическая значимость результатов диссертационного исследования состоит в том, что основные теоретические положения диссертации и комплексные методические разработки могут быть использованы в деятельности хозяйствующих субъектов различных видов экономической деятельности. Сформулированные в процессе исследования выводы могут найти применение в решении ряда конкретных задач, связанных с оценкой состояния рыночной конъюнктуры, надежности поставщиков, посредников, потребителей продукции, работ, услуг, предпочтительности сотрудничества и формирования портфеля потенциальных поставщиков с использованием аппарата статистического моделирования.

Результаты исследования используются в учебном процессе экономического факультета Воронежского государственного университета по специальности 38.05.01 «Экономическая безопасность» при преподавании дисциплин «Экономический анализ», «Инвестиционный анализ», «Финан-

совый менеджмент», направлению подготовки бакалавров 38.03.01 «Экономика» при преподавании дисциплины «Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности».

Апробация и внедрение результатов исследования. Результаты проведенного исследования докладывались на международных научно-практических конференциях, научных сессиях сотрудников и аспирантов экономического факультета Воронежского государственного университета.

Отдельные организационно-методические положения стратегического экономического анализа внутренней и внешней среды внедрены в практическую деятельность ГК «ЭФКО», ОАО «Сады Придонья», учебный процесс экономического факультета ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет».

Публикации. Основные положения диссертационного исследования отражены в 16 публикациях, общим объемом 5,7 п.л., в том числе четыре в изданиях, реферируемых ВАК.

Структура работы. Диссертационное исследование состоит из введения, трех глав, заключения и списка литературы, включающего 193 наименования. Работа изложена на 181 страницах машинописного текста и содержит 15 рисунков, 59 таблиц, 36 формул.

ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ И РЕЗУЛЬТАТЫ РАБОТЫ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ

1. Обоснованы предложения по развитию теоретических положений стратегического экономического анализа, включающие разработанную классификацию стратегического экономического анализа по новым выделенным признакам (по объектам анализа, субъектам и пользователям результатов анализа, источникам информационного обеспечения); предложенный концептуальный подход к представлению стратегического экономического анализа как системы взаимосвязанных направлений в разрезе выделенных объектов, позволяющий получить целостную картину о характере влияния факторов внутренней и внешней среды функционирования корпорации. К классификации направлений стратегического экономического анализа приступали многие отечественные учетно-аналитические специалисты. Наиболее распространенными классификационными признаками при выделении направлений стратегического экономического анализа являются «по целе-

вой направленности», предложенного Пласковой Н.С., «по средствам обоснования управленческих решений», предложенного Л.Е. Басовским при рассмотрении видов маркетингового анализа применительно к действующим аспектам осуществления стратегического экономического анализа. На наш взгляд, существующие признаки могут быть дополнены группировкой направлений стратегического экономического анализа по объектам, пользователям результатов анализа и источникам информационного обеспечения, что представлено нами в табл. 1.

Таблица 1

Группировка направлений стратегического экономического анализа по предложенным классификационным признакам

Классификационный признак	Направления анализа
По объектам анализа	анализ рынка
	анализ потребителей
	анализ конкурентов
	анализ поставщиков и посредников
	анализ товаров
	анализ производства и продаж
	анализ цены
По пользователям результатов анализа	анализ продвижения товаров, работ, услуг
	собственники (учредители, акционеры, участники)
	руководство и функциональные службы компании
	банки и кредиторы
	инвесторы
По источникам информационного обеспечения	поставщики и покупатели
	анализ на основе системы внутренней информации
	анализ на основе системы внешней информации
	анализ на основе системы информации, формируемой внутри корпорации и за ее пределами

Мы считаем, что обособленность выделения любого вида экономического анализа обоснована существованием объектов анализа, источников информационного обеспечения, субъектами и пользователями его результатов. В представленной табл. 1 в качестве объектов экономического анализа нами выделены направления анализа: анализ рынка, анализ конкурентов, анализ потребителей, поставщиков и посредников, анализ товара, анализ производства и продаж, анализ цен, анализ продвижения товара, работ, услуг. При этом, рассмотрение такого признака, как «по пользователям результатов анализа» также выделяется направление анализа «поставщики и потребители», т.е. данные направления стратегического экономического анализа позволяют рассматривать «поставщиков», «потребителей»

в качестве объектов экономического анализа, а затем – как выступать в качестве пользователей результатов стратегического экономического анализа.

Используя системный подход к стратегическому экономическому анализу, стратегический экономический анализ представлен в работе как самостоятельная целостная система, объединяющая логически взаимосвязанные между собой и направленные на достижение единой цели составные элементы (блоки) (рис. 1).

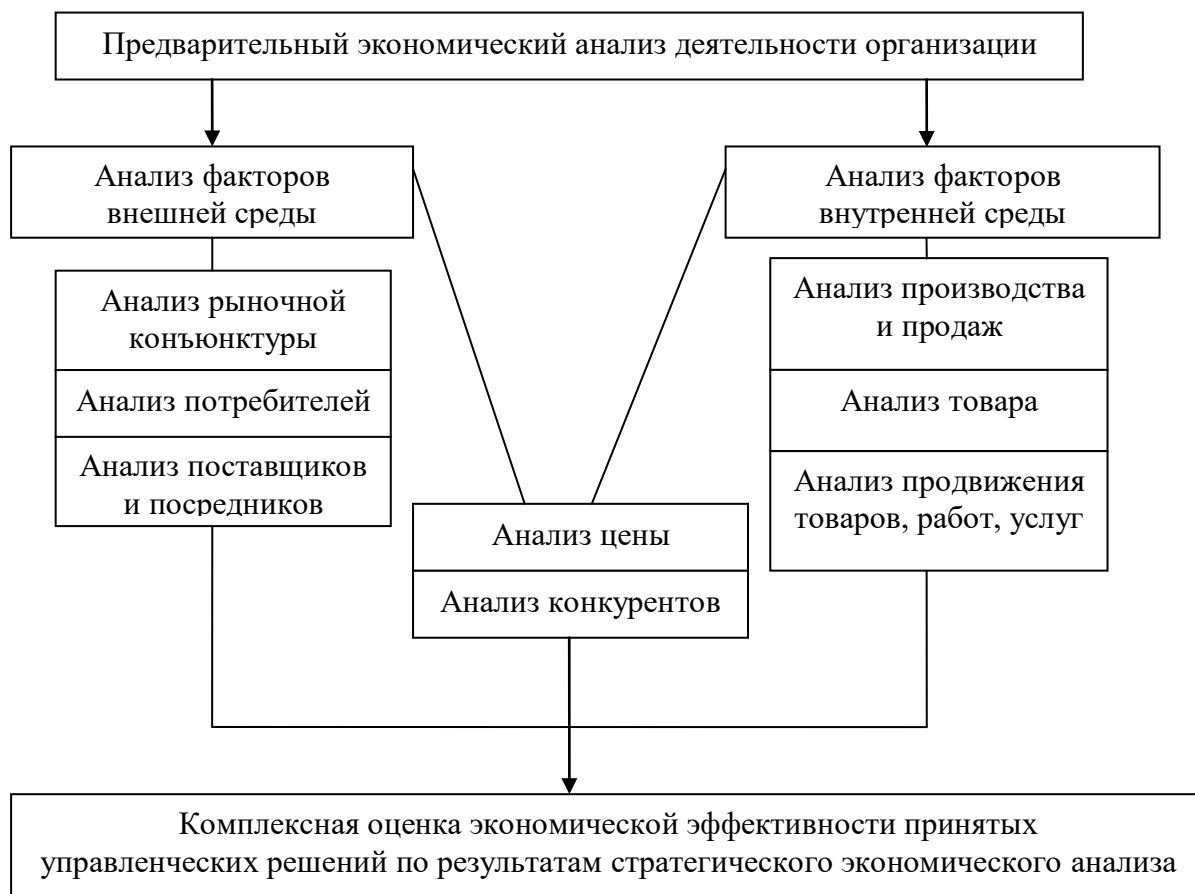


Рис. 1. Система комплексного стратегического экономического анализа

Мы считаем целесообразным проводить стратегический экономический анализ в рамках направлений «анализ факторов внутренней среды организации», «анализ факторов внешней среды», поскольку организация значительным образом может воздействовать только на объекты, которые относятся к внутренней среде. Именно факторы внутренней среды являются факторами, определяющими рыночное предложение при определении роли корпорации в системе рыночных отношений. В то же время факторы внешней среды будут определять параметры рыночного спроса, воздействие на который в условиях конкурентного рынка со стороны отдельной

организации несущественно. В рамках анализа факторов внешней среды экономического субъекта важнейшим направлением стратегического экономического анализа выступает «анализ покупателей», в рамках которого необходимо оценить покупательский спрос, допустимый уровень платежеспособности, что повышает актуальность данного направления анализа для формирования основных положений стратегии развития корпорации на долгосрочный период.

2. Уточнено содержание стратегического экономического на основе систематизации аналитических процедур и совокупности показателей по каждому объекту анализа, что позволило обосновать стратегический экономический анализ как инструмент достижения целевых эффектов стратегического управления корпорацией. Стратегическое управление деятельностью корпораций направлено на достижение целого ряда целевых эффектов: экономических, ресурсных, финансовых, инновационных, производственных, социальных. На наш взгляд, достижение указанных эффектов во многом обеспечивается с помощью инструментов стратегического экономического анализа. При этом мы считаем, что решение указанной проблемы должно быть достигнуто на основе проведения стратегического экономического анализа по объектам. В табл. 2 обобщена информация о содержании стратегического экономического анализа в разрезе выделенных объектов, систематизации аналитических процедур и совокупности показателей по каждому объекту анализа. Системное рассмотрение результатов стратегического экономического анализа по выделенным объектам служит основанием для разработки управленческих решений, прогнозов их последствий, что, в конечном счете, определяет рыночную стратегию хозяйствующего субъекта на долгосрочную перспективу функционирования.

3. Предложен организационный механизм стратегического экономического анализа корпорации, включающий схему взаимодействия координаторов, организаторов и исполнителей в процессе проведения анализа, распределения должностных обязанностей между ними в процессе его проведения и ответственности за достижение целевых эффектов, что позволяет исключить дублирование выполняемых в ходе проведения стратегического экономического анализа функций. Вопросам организационного обеспечения стратегического экономического анализа не уделяется существенного внимания.

Таблица 2

Содержание стратегического экономического анализа деятельности корпорации в разрезе его объектов (фрагмент)

Объекты анализа	Показатели	Процедуры стратегического экономического анализа корпорации	Целевые эффекты стратегического управления
Рыночная конъюнктура	коэффициент эластичности рынка, эластичности спроса, коэффициент расчетного лимита риска, рентабельность производства и продаж, коэффициенты оборачиваемости запасов, в том числе по элементам, дебиторской и кредиторской задолженности, коэффициент качества продукции, анализ цен	1. Обобщающий анализ состояния рыночной конъюнктуры рынка; 2. Анализ конъюнктуры рынка конкретного товара	Экономический, финансовый, производственный, технический эффекты
Поставщики и посредники	коэффициент участия поставщика в кооперированных поставках, коэффициент качества продукции, коэффициент ритмичности поставки, коэффициент конкурентоспособности, коэффициенты платежеспособности и финансовой устойчивости	1. Анализ финансово-хозяйственной деятельности поставщика, посредника; 2. Анализ репутационной составляющей деятельности поставщика, посредника; 3. Прогнозный анализ предпочтительности сотрудничества с упорядоченными альтернативами	Экономический, финансовый эффекты
Товар	коэффициент заключения договоров, коэффициент исполнения договоров, общий коэффициент МТО; косвенные показатели качества выпущенной продукции, товаров, работ, услуг; коэффициент уровня обновления продукции, товаров, работ, услуг;	1. Оценка риска невостребованности выпущенной продукции, товаров, работ, услуг; 2. Анализ качества и степени обновления продукции, товаров; 3. Анализ конкурентоспособности выпущенной продукции, товаров, работ, услуг; 4. Оценка типа развития продукции, работ, услуг на основе теории жизненного цикла	Финансовый, производственный, ресурсный, социальный, экологический, инновационный эффекты
Производство и продажи	общий коэффициент использования производственной мощности, коэффициенты интенсивности загрузки, экстенсивности загрузки, выполнения плана по ассортименту, коэффициент среднего процента, коэффициент выполнения плана по ассортименту по позициям, объем выпуска продукции в стоимостном выражении, фондоемкость, фондоотдача, фондорентабельность, материалоемкость, материалоотдача, себестоимость производства и продаж, рентабельность продаж, коэффициент сезонности, коэффициенты ритмичности поставки и продаж	1. Анализ использования производственной мощности; 2. Анализ динамики производства и продажи; 3. Анализ номенклатуры и ассортимента выпускаемой продукции, работ, услуг; 4. Анализ ритмичности и сезонности производства и продажи продукции, товаров, работ, услуг; 5. Выявление резервов роста объема выпуска и продажи продукции, товаров, работ, услуг; 6. Анализ сбытовой деятельности организации; 7. Анализ показателей оценки эффективности производственно - сбытовой деятельности	Экономический, финансовый, производственный, технический, ресурсный, социальный, экологический, инновационный эффекты

Требует уточнения схема взаимодействия координаторов, организаторов и исполнителей в процессе проведения анализа, что способствует формированию качественной информации для принятия стратегических решений, направленных на достижение целевых эффектов стратегического управления.

В диссертации на примере ГК «ЭФКО» разработан организационный механизм стратегического экономического анализа, включающий взаимодействие координатора, организаторов и исполнителей в процессе проведения анализа. В табл. 3 представлены субъекты анализа в разрезе выделенных направлений (объектов) стратегического экономического анализа, закрепленные за ними должностные обязанности в ходе формирования информации по объектам анализа для достижения целевых эффектов стратегического управления. Координатором аналитической работы выступает директор по стратегическому развитию корпорации, ответственным организатором аналитической работы – руководитель маркетинговой службы. Такие подразделения как дирекции по производству, включающие дирекции масложирового дивизиона, дивизиона по развитию экспортного потенциала, маслосырьевого дивизиона, обеспечивают специалистов службы маркетинга информацией о предполагаемых объемах производства и продажи, включая информацию об ассортименте выпускаемой продукции, обобщающих и индивидуальных показателях качества выпускаемой продукции, структуре производства и продаж. Исполнителями (поставщиками информации) о себестоимости выпуска продукции (производство пищевых ингредиентов, растительных масел и майонезов, йогуртов) выступают финансовая дирекция и бухгалтерия. Сотрудники отдела снабжения проводят оценку обоснованности планов материально-технического снабжения, степени их выполнения и влияния на объем и себестоимость производства и продаж, что востребовано в рамках анализа производства и продаж.

Отдел стратегического развития выявляет внутренние резервы экономики ресурсов, разрабатывает мероприятия по их использованию. Дирекция по финансам проводит аналитическую работу по оценке уровня устойчивости и эффективности производства и сбыта продукции, платежеспособности покупателей, финансового состояния организаций-конкурентов, эффективности производственно-сбытовой деятельности, эффективности функционирования каналов продвижения.

**Организационный механизм стратегического экономического анализа
корпорации в процессе его проведения и распределения ответственности
за достижение целевых эффектов**

Координатор	Директор по стратегическому развитию				
Организаторы анализа	руководитель службы маркетинга	руководитель службы снабжения	директор по производству	директор по финансам	начальник отдела стратегического развития
Объекты анализа	анализ рынка, потребителей, продвижения товаров, работ, услуг, производства и продаж	анализ поставщиков и посредников	анализ товара	анализ цен	анализ конкурентов
Исполнители	дирекции производственных дивизионов, бухгалтерия, служба сбыта	дирекции производственных дивизионов, бухгалтерия	служба маркетинга, служба сбыта	бухгалтерия	финансовые службы
Закрепление должностных обязанностей за формированием информации по объектам анализа	анализ состояния рыночной конъюнктуры рынка, конкретного товара, оценка уровня спроса; анализ потребительской структуры; оценка платежеспособности покупателей; анализ пропускной способности каналов продвижения товаров, работ, услуг; анализ эффективности функционирования каналов продвижения	анализ финансово-хозяйственной деятельности поставщика, посредника; анализ репутационной составляющей деятельности поставщика, посредника; прогнозный анализ предпочтительности сотрудничества	оценка риска невосприимчивости выпущенной продукции, товаров, работ, услуг; анализ качества, обновления и конкурентоспособности выпущенной продукции, товаров, работ, услуг	анализ адекватности политики ценообразования; оценка эффективности применяемых организацией скидок для покупателей; анализ структуры цен на производимую продукцию, товары, работы, услуги	анализ рынка и структуры конкуренции; анализ финансового состояния организаций – конкурентов; анализ результативности маркетинговой деятельности;
Целевые эффекты стратегического управления	финансовый, производственный, ресурсный, социальный, экологический, инновационный	экономический, финансовый	финансовый, производственный	экономический, финансовый, ресурсный	экономический, производственный

Применение организационного механизма стратегического экономического анализа обеспечивает решение актуальных проблем осуществления производственно-финансовой деятельности корпорации в рамках реализации основных положений ее стратегического развития.

4. Разработана статистическая модель прогнозирования объемов потребления производимого товара корпорации, учитывающая сезонность потребления, влияние фактора времени, позволяющая осуществить корректировку производственно-сбытовой программы, снизить риски затоваривания и повысить эффективность управления продажами. Реализуя процедуры стратегического экономического анализа, корпорация расценивает информацию о будущем, зачастую важнее оценок текущего состояния. В частности, проблема построения точных прогнозов спроса актуальна для процедур разработки и корректировки производственных программ корпорации. С целью развития аналитико-прогностического сопровождения системы комплексного стратегического экономического анализа, усовершенствования инструментария в рамках блока «анализ производства и продаж» в диссертации разработана статистическая модель адаптивного прогнозирования объемов сезонного спроса на продукцию. Факторы, включенные в статистические модели, имеют специальное назначение. Влияние фактора времени на объем потребления, определяемый трендовой составляющей статистической модели, должно учитываться при разработке и актуализации перспективной производственно-сбытовой программы на сравнительно длительный период. Учет влияния фактора сезонности на объем потребления, идентифицируемого статистической моделью, должен осуществляться при разработке и распределении производственно-сбытовой программы по кварталам.

В диссертации проведены анализ и прогнозирование сезонности в рядах динамики спроса на продукцию на примере ежеквартального потребления майонезов и майонезной продукции в Центральном федеральном округе за период 2011-2017 гг. Анализ и первичная идентификация влияния периодических (сезонных) факторов в анализируемом примере выявило тенденции снижения потребления продукции, что представлено линейным трендом с наложением эффектов сезонности потребления указанного продукта. Выявленный в данных линейный тренд указывает на пригодность для моделирования анализируемого временного ряда сразу

двух моделей, а именно: модели процесса с линейным ростом, дополненным аддитивной периодической (сезонной) компонентой

$$x_{t+\tau} = b_{0;t} + b_{1;t}\tau + g_{t-l+\tau} + \varepsilon_{t+\tau}, (1)$$

$$\hat{b}_{0;t} = \alpha_1 x_t + (1 - \alpha_1) \hat{b}_{0;t-1}, \alpha_1 \in (0;1), (2)$$

$$\hat{b}_{1;t} = \alpha_2 (\hat{b}_{0;t} - \hat{b}_{0;t-1}) + (1 - \alpha_2) \hat{b}_{1;t-1}, \alpha_2 \in (0;1) (3)$$

$$\hat{g}_t = \alpha_g (x_t - \hat{b}_{0;t}) + (1 - \alpha_g) \hat{g}_{t-1}, \alpha_g \in (0;1) (4)$$

и модели процесса, в динамике которых обнаруживается линейная тенденция роста с наложением мультипликативных периодических эффектов

$$x_{t+\tau} = (b_{0;t} + b_{1;t}\tau) f_{t-l+\tau} + \varepsilon_{t+\tau}, (5)$$

$$\hat{b}_{0;t} = \alpha_1 \frac{x_t}{\hat{f}_{t-1}} + (1 - \alpha_1) (\hat{b}_{0;t-1} - \hat{b}_{1;t-1}), \quad 0 < \alpha_1 < 1, (6)$$

$$\hat{f}_{t-l+\tau} = \alpha_2 \frac{x_t}{\hat{b}_{0;t}} + (1 - \alpha_2) \hat{f}_{t-1}, \quad 0 < \alpha_2 < 1, (7)$$

$$\hat{b}_{1;t} = \alpha_3 (\hat{b}_{0;t} - \hat{b}_{0;t-1}) + (1 - \alpha_3) \hat{b}_{1;t-1}, \quad 0 < \alpha_3 < 1, (8)$$

где $g_t, g_{t-1}, \dots, g_{t-l+1}$ – аддитивный параметр сезонности; l – число фаз в одном периоде (очевидно, что при ежемесячной регистрации наблюдениях выборочной совокупности $l=12$, при ежеквартальной – $l=4$); $f_t, f_{t-1}, \dots, f_{t-l+1}$ – мультипликативный параметр сезонности; $\alpha_1, \alpha_2, \alpha_3$ – параметры адаптации.

После подбора оптимальных значений параметров адаптации модель с аддитивными эффектами сезонности для прогнозирования потребления может быть записана следующим образом:

$$x_{t+\tau} = -517,34\tau + 10\,220,08 + g_{t-l+\tau}, \quad (9)$$

где $g_{21} = -3964,97$, $g_{22} = -2112,22$, $g_{23} = 264,41$, $g_{24} = 4433,54$;

в свою очередь модель с мультипликативными эффектами сезонности имеет следующий вид:

$$x_{t+\tau} = (-269,01\tau + 12\,624,15) f_{t-l+\tau}, \quad (10)$$

где $f_{21} = 0,56$, $f_{22} = 0,66$, $f_{23} = 0,82$, $f_{24} = 1,17$.

Для выбора наилучшей по прогностической точности модели в исследовании предложена специальная метрика – относительная ошибка прогноза на контрольной выборке. Установлено, что прогностическая точность идентифицированной адаптивной модели с линейным трендом и мультипликативной сезонной компонентой ниже, нежели у адаптивной модели с линейным трендом и аддитивной сезонной компонентой.

Таблица 4

Сопоставление относительных ошибок прогноза на контрольной выборке

t	Модель с аддитивной сезонной компонентой	Модель с мультипликативной сезонной компонентой
21	0,01%	-3,81%
22	-1,08%	-1,48%
23	-2,78%	-0,35%
24	-1,20%	3,43%
25	1,53%	-2,80%
26	1,15%	-1,19%
27	0,69%	0,94%
28	1,67%	4,77%

Используем более точную модель для прогнозирования ежеквартального потребления и впоследствии объема сбыта майонезов и майонезной продукции в Центральном федеральном округе на 2018 год.

Таблица 5

Прогноз потребления майонезов и майонезной продукции
в ЦФО на 2018 год, тонна

1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.
5 774,44	6 958,06	8 904,64	13 083,28

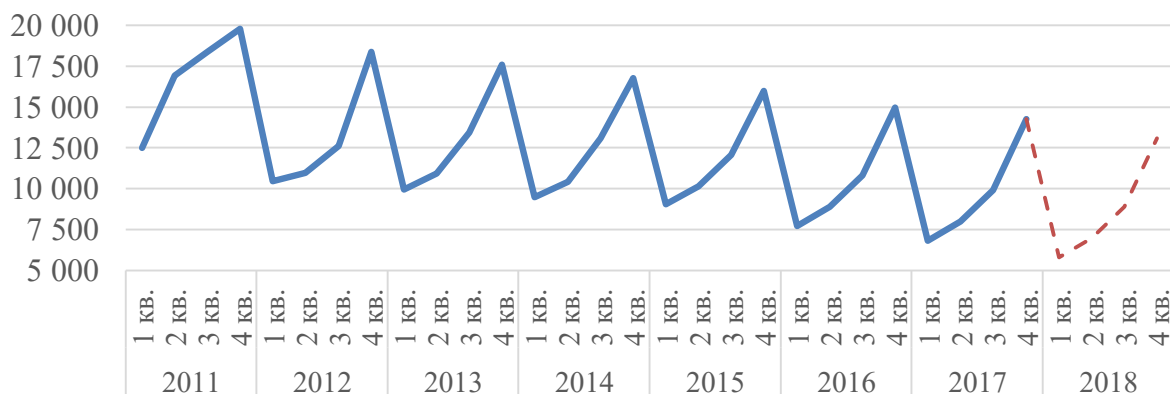


Рис.2. Потребление майонезов и майонезной продукции ЦФО
в 2011-2017 гг. и прогноз на 2018 год, тонна

Проведенные расчеты показали, что предложенная статистическая модель обладает высокой прогностической точностью и демонстрирует низкий уровень погрешности при сравнении с фактическими данными. Используя результаты расчетов, корпорация эффективно провела мероприятия по корректировке производственно-сбытовой программы, что позволило поддерживать плановые темпы производства и реализации продукции в соответствии с рыночным спросом.

5. Предложен методический подход к анализу и оценке альтернативных вариантов выбора поставщика, позволяющий на основе систе-

мы показателей ранжировать поставщиков по классам предпочтительности и сформировать портфель надежных поставщиков, что позволит обеспечить бесперебойный процесс поставок сырья и материалов. Обеспечение устойчивого развития корпорации напрямую зависит от качества организации и функционирования цепей поставок. Некачественная организация цепи поставок приводит к затовариванию складских помещений, росту затрат по хранению избыточной величины запасов, снижением покупательной способности товарно-материальных ценностей. Отбор поставщиков продукции, товаров по критерию более низкой цены ведет к снижению качества выпускаемой продукции, товаров, работ, услуг. По нашему мнению, направление «анализ поставщиков и посредников» играет важную роль в стратегическом экономическом анализе и должно включать в себя возможность осуществления отбора стратегических вариантов сотрудничества и формирования портфеля надежных поставщиков корпорации. Предложенный нами в диссертации методический подход следует реализовывать в следующей логической последовательности. На первом этапе на основе имеющейся статистической информационной базы определяются количественные показатели деятельности поставщиков. Мы рекомендуем использовать четыре показателя, которые характеризуют деятельность поставщика с позиции участия в кооперированных поставках, качества выпускаемой продукции, достижения ритмичности поставки и оценки уровня его конкурентоспособности. Вклад указанных показателей носит дифференцированный характер, который идентифицируется экспертным путем. Весовые коэффициенты, полученные в работе по методу парных сравнений, имеют следующие значения: коэффициент участия поставщика в кооперативных поставках – 0,231; коэффициент качества продукции – 0,154; коэффициент ритмичности поставки – 0,308; коэффициент конкурентоспособности поставщика – 0,308.

На втором этапе, используя данные показатели с учетом весовых коэффициентов, можно судить о надежности поставщика, состоящей в выполнении всех существенных условий поставки, к которым относятся своевременность, полнота, качество поставляемой продукции, соответствие цен сложившимся на функционирующем рынке в условиях добросовестной конкуренции. Степень выполнения указанных условий позволяет выделить и упорядочить четыре класса предпочтительности вариантов сотрудничества со следующей содержательной интерпретацией.

В *высоконадежный* класс относятся поставщики, которые своевременно поставляют качественный товар в полном (предусмотренном в договоре) объеме по ценам, сложившимся на функционирующем рынке в условиях добросовестной конкуренции, что характеризует высокий уровень сотрудничества. В *надежный* класс относятся поставщики, которые характеризуются несистематическим (разовым) невыполнением условий поставки (не более одного из указанных). В *ненадежный* класс относятся поставщики, при сотрудничестве с которыми наблюдается частое нарушение договорной дисциплины (не более двух условий поставки). В *недобросовестный* класс будут отнесены поставщики, регулярно нарушающие более двух условий поставки. На третьем этапе оцениваются параметры мультиномиальной логит-модели, в рамках чего определяется дискретное вероятностное распределение поставщиков по четырем классам надежности, используя в которой в качестве регрессоров характеристики поставщиков, а регрессанта – номер класса надежности. Выявление класса, которому принадлежит поставщик, осуществляется по максимальному значению вероятности принадлежности классу.

Таблица 6

Частота попаданий поставщиков в классы надежности

Поставщик	Число попаданий в класс			
	Недобросовестный	Ненадежный	Надежный	Высоконадежный
1	3	1	1	2
2	3	2	0	2
3	3	3	1	0
4	3	2	1	1
5	2	1	2	1
6	1	0	1	5
7	1	0	3	3

Анализ предпочтительности вариантов сотрудничества можно осуществлять на разных временных интервалах. В ходе диссертационного исследования была произведена выборка семи поставщиков за семь лет с шагом в один год.

По результатам расчетов, полученным с помощью разработанного методического подхода к анализу альтернативных вариантов сотрудничества, в портфель надежных поставщиков корпорации следует включить поставщиков 6 и 7, необходимо увеличить долю сотрудничества с ними. Именно они чаще остальных демонстрировали самую высокую надеж-

ность на исследуемом отрезке времени. Формирование портфеля надежных поставщиков позволит создать репутационные деловые связи, повысить надежность функционирования поставки сырья и материалов и обеспечить бесперебойность организации производственно-сбытовых процессов.

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

1. Для уточнения сущности стратегического экономического анализа, его предметной области особое значение имеет предложенная классификация его направлений по объектам анализа, субъектам и пользователям результатов анализа, источникам информационного обеспечения. Построена концептуальная модель стратегического экономического анализа как система взаимосвязанных направлений в разрезе выделенных объектов анализа, направленных на достижение целей стратегического управления, что позволит комплексно оценить влияние факторов внешней и внутренней среды функционирования корпорации.

2. Раскрыто содержание стратегического экономического анализа по выделенным объектам анализа путем систематизации показателей и аналитических процедур по каждому объекту, направленных на достижение целевых эффектов стратегического управления корпорацией, что способствует формированию оптимальных управленческих решений в области реализации положений стратегии развития корпорации на долгосрочный период функционирования.

3. В аналитической практике недостаточное внимание уделяется организационному механизму стратегического экономического анализа. В рамках диссертации уточнена схема взаимодействия координаторов, организаторов и исполнителей в процессе проведения анализа; распределена ответственность за достижение целевых эффектов стратегического управления, что способствует росту эффективности активов и капитала, максимизации целевых показателей деятельности, минимизации риска снижения уровня устойчивого развития корпорации.

4. В рамках оценки возможности укрепления конкурентных преимуществ корпораций на функционирующем рынке в условиях непрерывности деятельности нами разработана статистическая модель прогнозирования потребления товара корпорации, позволяющая учитывать сезонные колебания спроса на продукцию и влияние временного фактора. Информационная база прогностических возможностей статистической модели сфор-

мирована по данным ежеквартального потребления майонезов и майонезной продукции в Центральном федеральном округе за период 2011-2017 гг., что позволило добиться высокой точности в достижении плановых темпов производства и продаж по сравнению с фактическими данными в соответствии с рыночным спросом.

5. Отсутствие единого подхода к оценке деятельности поставщиков ограничивает возможности качественного выбора надежных среди них. Разработанный нами подход анализа альтернативных вариантов сотрудничества позволяет использовать показатели, характеризующие деятельность поставщиков с позиции участия в кооперативных поставках, качества и ритмичности поставки, конкурентоспособности поставщика. Дифференциация вклада названных показателей определяется экспертным путем на основе весовых коэффициентов. Предложенный подход позволит повысить качество функционирования цепей поставки, оценить риск снижения платежеспособности поставщика и обеспечить формирование портфеля надежных стратегических партнеров.

**Основные положения диссертационного исследования
нашли отражение в следующих публикациях:**

статьи, опубликованные в рекомендованных ВАК изданиях:

1. Селютина Т.С. Экономический анализ факторов внутренней среды / Т.С. Селютина // Вестник АПК Ставрополя. – 2015. – № 4. – С. 49-53 – (0,6 п.л.).

2. Селютина Т.С. Экономический анализ внешней среды хозяйствующего субъекта / Т.С. Селютина // Современная экономика : проблемы и решения. – 2015. – № 12. – С. 144-155. – (0,8 п.л.).

3. Селютина Т.С. Анализ конкурентоспособности поведения товаров на рынке продукции / Т.С. Селютина // Современная экономика : проблемы и решения. – 2016. – № 4. – С. 178-185. – (0,6 п.л.).

4. Селютина Т.С. Особенности применения математического аппарата в стратегическом экономическом анализе / Т.С. Селютина // Современная экономика : проблемы и решения. – 2018. – № 6 (105). – С. 55-58. – (0,5 п.л.).

Статьи, опубликованные в других научных изданиях:

5. Ендовицкий Д.А. Пользователи информации стратегического экономического анализа / Д.А. Ендовицкий, Т.С. Селютина / Апрельские научные чтения имени профессора Л.Т. Гиляровой : материалы II Международной научно-практической конференции : в 2 ч. – Воронеж : типо-

графия Воронежского ЦНТИ – филиала ФГБУ «РЭА» Минэнерго России, 2014. – Ч. 2. – С. 129-132. – (авт. 0,2 п.л.).

6. Ендовицкий Д.А. Содержание стратегического экономического анализа в условиях конкурентной среды / Д.А. Ендовицкий, Т.С. Селютина / Актуальные вопросы развития конкурентной политики, совершенствование правоприменительной практики пресечения недобросовестной конкуренции и ненадлежащей рекламы : материалы IV Международной научно-практической конференции. – Воронеж : типография Воронежского ЦНТИ – филиала ФГБУ «РЭА» Минэнерго России, 2014. – С. 25-29. – (авт. 0,2 п.л.).

7. Селютина Т.С. Оценка взаимосвязей между обобщающими показателями стратегического экономического анализа / Т.С. Селютина / Теория и практика функционирования финансовой и денежно-кредитной системы России : сборник статей Международной научно-практической конференции (десятое заседание). – Воронеж : ИПЦ «Научная книга», 2015. – С. 235-238. – (0,3 п.л.).

8. Селютина Т.С. Стратегический экономический анализ: определение, направление, связи / Т.С. Селютина / Актуальные вопросы развития конкурентной политики, совершенствование правоприменительной практики пресечения недобросовестной конкуренции и ненадлежащей рекламы : материалы V Международной научно-практической конференции. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2015. – С. 78-80. – (0,2 п.л.)

9. Селютина Т.С. Аспекты развития стратегического экономического анализа на современном этапе / Т.С. Селютина / Актуальные проблемы учета, экономического анализа и финансово-хозяйственного контроля деятельности организаций : материалы II Международной научно-практической конференции : в 2 ч. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2015. – Ч. 2. – С. 192-195. – (0,3 п.л.).

10. Селютина Т.С. Система комплексного стратегического экономического анализа хозяйствующего субъекта / Т.С. Селютина/ Апрельские научные чтения имени профессора Л.Т. Гиляровской : материалы IV Международной научно-практической конференции. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2015. – С. 450-453. - (0,3 п.л.).

11. Селютина Т.С. Анализ взаимодействия стратегического экономического и маркетингового анализов хозяйствующего субъекта / Т.С. Селютина / Актуальные проблемы учета, экономического анализа и финансово-хозяйственного контроля деятельности организаций : материалы III Международной научно-практической конференции : в 2 ч. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2016. – Ч. 1. – С. 242-245. – (0,3 п.л.).

12. Селютина Т.С. Оценка рыночной конъюнктуры в системе стратегического экономического анализа / Т.С. Селютина / Актуальные вопросы развития конкурентной политики, совершенствование правоприменительной практики пресечения недобросовестной конкуренции и ненадлежащей рекламы : материалы VI Международной научно-практической конференции. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2016. – С. 129-131. – (0,2 п.л.).

13. Ендовицкий Д.А. Объекты стратегического экономического анализа деятельности хозяйствующего субъекта / Д.А. Ендовицкий, Т.С. Селютина / Апрельские научные чтения имени профессора Л.Т. Гиляровской: материалы V Международной научно-практической конференции : в 2 ч. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2016. – Ч. 2. – С. 110-114. – (авт.0,2 п.л.).

14. Селютина Т.С. Анализ альтернативных вариантов сотрудничества в стратегии выбора поставщика/ Т.С. Селютина/ Актуальные проблемы учета, экономического анализа и финансово-хозяйственного контроля деятельности организаций: материалы V Международной научно-практической конференции : в 2 ч. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2017. – Ч. 2. – С. 237-241. – (0,3 п.л.).

15. Селютина Т.С. Моделирование сезонных колебаний потребления на продукцию / Т.С. Селютина/ Апрельские научные чтения имени профессора Л.Т. Гиляровской: материалы VII Международной научно-практической конференции : в 2 ч. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2018. – Ч. 2. – С. 277-281. – (0,3 п.л.).

16. Селютина Т.С. Динамика потребления майонезной продукции с учетом выявленных сезонных эффектов в ЦФО / Т.С. Селютина / Актуальные вопросы развития конкурентной политики, совершенствование правоприменительной практики пресечения недобросовестной конкуренции и ненадлежащей рекламы : материалы VIII Международной научно-практической конференции. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2018. – С. 129-132. – (0,3 п.л.).