

Науковий журнал **2.2011**

ВІСНИК

**Хмельницького
національного
університету**

Економічні науки

Том 3

Хмельницький 2011

ВІСНИК

Хмельницького національного університету

Затверджений як фахове видання
Постановою президії ВАК України
від 19.01.2006 № 2-05/1 (бюл. ВАК № 2'2006 р.)

Засновано в липні 1997 р.

Виходить 6 разів на рік

Хмельницький, 2011, № 2, Т. 3 (175)

**Засновник і видавець: Хмельницький національний університет
(до 2005 р. — Технологічний університет Поділля, м. Хмельницький)**

Головний редактор	Скиба М. Є. , заслужений працівник народної освіти України, д. т. н., професор, академік МАІ, академік УТА, ректор Хмельницького національного університету
Заступник головного редактора	Параска Г. Б. , д. т. н., професор, проректор з наукової роботи Хмельницького національного університету
Голова редакційної колегії серії “Економічні науки”	Войнаренко М. П. , заслужений діяч науки і техніки України, д. е. н., професор, академік АЕНУ, МАІ, УАЕК, проректор з науково-педагогічної роботи Хмельницького національного університету
Відповідальний секретар	Гуляєва В. О. , завідувач відділом інтелектуальної власності Хмельницького національного університету

Ч л е н и р е д к о л е г і ї

Економічні науки

д. е. н. Асаул А. М., д. е. н. Благун І. С., д. е. н. Бельтюков Є. А., к. е. н. Бондаренко М. І., д. е. н. Ведерніков М. Д., д. е. н. Гесць В. М., к. т. н. Григоруку П. М., д. е. н. Завгородня Т. П., к. т. н. Йохна М. А., к. е. н. Ковальчук С. В., д. е. н. Козак В. Є., д. е. н. Кругляк Б. С., д. е. н. Кулинич О. І., д. е. н. Лук'янова В. В., к. е. н. Любохинець Л. С., д. е. н. Мікула Н. А., д. е. н. Микитенко В. В., к. е. н. Михайловська І. М., д. е. н. Нижник В. М., д. е. н. Орлов О. О., д. е. н. Стадник В. В., к. е. н. Тюріна Н. М., к. е. н. Хмелевська А. В., д. е. н. Хрущ Н. А.

Відповідальні за випуск: к. е. н. Тюріна Н. М., Косіюк О. М.

Технічний редактор к. т. н. Романюк В. В.

Редактор-коректор Броженко В. О.

**Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради Хмельницького національного університету,
протокол № 11 від 04.05.2011**

Адреса редакції: Україна, 29016,
м. Хмельницький, вул. Інститутська, 11,
Хмельницький національний університет
редакція журналу “Вісник Хмельницького національного університету”
☎ (03822) 2-51-08
e-mail: patent_1@beta.tup.km.ua
vagvestnik@rambler.ru
web: http://library.tup.km.ua/visnyk_tup.htm
<http://visniktup.narod.ru>
<http://vestnik.ho.com.ua>

Зареєстровано Міністерством України у справах преси та інформації.
Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
Серія КВ № 9721 від 29 березня 2005 року (перереєстрація)

ЕКОНОМІКА І УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ, ГАЛУЗЯМИ

Е. С. АВДЕЕВА, Д. Д. ДЕНИСОВ РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В РАЗВИТИИ СТЕКОЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ	7
О. В. БЕЗКРОВНИЙ, І. В. ПЕРЕТЯТЬКО СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ КАПІТАЛОУТВОРЕННЯ В СЕКТОРІ АПК УКРАЇНИ	9
О. В. ВЕЛИЧКО СТАН ТА ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИБОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДКОМПЛЕКСУ	12
Т. К. ВОЗНЮК ПІДВИЩЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	17
О. В. ГАЛКІН ВИЗНАЧЕННЯ ВНУТРІШНІХ СУБ'ЄКТІВ КОНТРОЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	19
Н. М. ГОЛОВИЧ РОЛЬ ОЦІНКИ РИЗИКУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	23
О. І. ГОНЧАР, О. В. АНТОНЮК СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ВАРТОСТІ КАПІТАЛУ КОМПАНІЇ	27
О. В. ГОРНЯК, Л. Х. ДОЛЕНКО РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ ТЕОРЕТИЧНИХ КОНЦЕПЦІЯХ	29
Ю. В. ДАВИДЮК, Н. Ю. САМОЙЛЕНКО НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ	32
О. Л. ДАНИК, Н. В. КУРИНА ЗАРОБІТНА ПЛАТА ЯК ОДИН З ЧИННИКІВ МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА НА ПІДПРИЄМСТВАХ ВУГІЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ	36
М. О. ДОЛГАЛЬОВА ПЕРВИННЕ РОЗМІЩЕННЯ АКЦІЙ В БАНКІВСЬКОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ	39
Е. А. ДРАННИКОВА МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ РАБОТЫ ПЕРСОНАЛА	43
С. О. ЕЛЬСИНОВСКАЯ РЕСУРСНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ КАК ОСНОВА ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ	46
І. Ю. ЄПІФАНОВА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ	48
Г. В. ЖАВОРОНКОВА, М. Б. ЯНЧУК КЛАСТЕРНЫЕ ФОРМАТЫ ИНТЕГРАЦИИ АВИАСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ УКРАИНЫ	51
В. М. ЖУКОВСЬКА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНЕ ПАРТНЕРСТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ РЕПУТАЦІЙНИХ ПЕРЕВАГ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА	54
О. В. ЗИМОВЕЦ, А. М. ЧУПАЙДА РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ В ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ	58
Н. В. КЛІЦОВА, О. В. ЯЩЕНКО ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ У ХЛІБОПЕКАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	61

О. В. КОВАЛЕНКО АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ — ЗАПОРУКА СТАБІЛЬНОСТІ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВА	65
Т. В. УМАНЕЦЬ, О. О. ЛОСІКОВА ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ МОТИВАЦІЇ ВИРОБНИЧОГО ПЕРСОНАЛУ МОРСЬКИХ ПОРТІВ	68
В. В. ХМУРОВА, І. С. ГРАЩЕНКО КУЛЬТУРА ОБСЛУГОВУВАННЯ СЕРВІСНОГО ПІДПРИЄМСТВА	72
Т. В. УМАНЕЦЬ, О. А. СИДОРЕНКО ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ОБІГУ ЗЕМЕЛЬ СІЛЬГОСППРИЗНАЧЕННЯ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД	75
А. Є. ЧЕРПАК, А. А. СВИНЧУК ПРОБЛЕМАТИКА РЕАЛІЗАЦІЇ ПЕРЕВАГ КОРПОРАТИВНОЇ ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ МАШИНОБУДІВНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ У СКЛАДІ ДЕРЖАВНИХ ХОЛДИНГОВИХ КОМПАНІЙ	79
В. А. ШПАК МОДЕЛЮВАННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ СИСТЕМ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ	83
Л. В. ЮРЧИШЕНА МОДЕЛЮВАННЯ ПРИБУТКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	88
Р. В. ЯНКОВОЙ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ АКТИВІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	93
ФУНКЦІОНАЛЬНІ МОДЕЛІ МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЙ	
І. М. БЕРШАДСЬКА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПАЙОВИМИ ІНВЕСТИЦІЙНИМИ ФОНДАМИ ЗА КРИТЕРІЯМИ ЇХ ПОТОЧНОЇ ТА ПРОГНОЗНОЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ	96
О. С. ВИСОЧАН, Ю. В. ПІКУШ НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТЬ “ІННОВАЦІЇ” ТА “ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ” У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ	101
Р. Н. ДЕНИКАЕВА РАЗВИТИЕ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА КАК НАУКИ В РОССИЙСКИХ УСЛОВИЯХ	105
О. С. ЕРМАЧЕНКО, П. А. ЕРМАЧЕНКО ЦЕННОСТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ КАК ЭЛЕМЕНТ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ	107
Ю. А. ЧЕРНЕЦЬКА ФОРМУВАННЯ ОПТИМАЛЬНОЇ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	109
О. М. ЯСТРЕМСЬКА, Д. В. РАЙКО ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	112
СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕОРІЇ І ПРАКТИКИ	
О. О. ВОЛОШАНОВСЬКА СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РЕФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ПЕНСІЙНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ	117
О. Л. ДАНИК АКТИВІЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ ПЕРСПЕКТИВНИХ НАПРЯМКІВ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ	120
В. Ф. ЖУРАВЕЛЬ ОБОСНОВАНИЕ АДАПТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРОЦЕССАМИ В ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ	125

Р. С. КВАСНИЦЬКА, І. М. КОРДОНЕЦЬ ЕТАПНІСТЬ ПРОВЕДЕННЯ ДІАГНОСТИКИ КРИЗОВОГО СТАНУ ТА ЙМОВІРНОСТІ БАНКРУТСТВА ПІДПРИЄМСТВА	130
А. В. КЛЮЧНИК, І. В. ГОНЧАРЕНКО ВПЛИВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ	135
Н. С. КОВАЛЕНКО КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ТРАКТУВАННЯ СУТНОСТІ СЕГМЕНТАЦІЇ РИНКУ ПРАЦІ	139
А. Ю. ЧИЖ ВПЛИВ ПОДАТКОВОГО КОНТРОЛЮ НА ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ РЕГІОНУ	143
О. Е. ЧОРНАЯ СИСТЕМНАЯ МОДЕЛЬ ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА НА ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ СТРАН	146
О. Ю. ЮРЧЕНКО ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ АПК УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	151
ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНІ МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСІВ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ	
К. Ю. ГОЛОВКОВА УТОЧНЕННЯ ЗМІСТУ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЩОДО РОЗРОБКИ, ПРИЙНЯТТЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ	154
П. М. ГРИГОРУК ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ РІШЕНЬ	158
М. В. ДОРОШКО ШКАЛИРОВАНИЕ КОММУНИКАЦИОННО- И КОНСОЛИДАЦИОННО-НАВЕДЕННОГО РИСКА НА ОСНОВЕ УПОРЯДОЧЕНИЯ ОЦЕНОК ОЖИДАЕМОЙ ДОХОДНОСТИ И ПОКАЗАТЕЛЕЙ СТРУКТУРЫ ИНВЕСТИЦИЙ	161
Я. К. ДРАГОМІРОВА ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМИ КОНТРОЛІНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	165
В. В. ЛИМАН ВИКОРИСТАННЯ ЗАСОБІВ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНІВ	168
Н. С. МЕДЖИБОВСЬКА ОРГАНІЗАЦІЙНО-УПРАВЛІНСЬКИЙ МЕХАНІЗМ ЕЛЕКТРОННОГО ПОСТАЧАВАННЯ	172
Ю. О. ПЛОНСЬКА ОБґРУНТУВАННЯ РІШЕННЯ ЩОДО ВИБОРУ ПОСТАЧАЛЬНИКА З МЕТОЮ МІНІМІЗАЦІЇ РИЗИКІВ СУДНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА	175
О. В. ПРОСКУРОВИЧ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ	178
М. П. ЧАЙКОВСКАЯ ИТ-ПОТЕНЦИАЛ УКРАИНЫ В МИРОВОМ РАЗДЕЛЕНИИ ТРУДА	184
Ю. П. ШАРОВ, К. В. КРАВЧЕНКО ДВОХАСПЕКТНА БІЗНЕС-МЕТРИКА ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	188
Г. И. ЗАДОРОВИЧ СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ ПРЕДПРИЯТИЯ	191

В. В. ХРИСТИАНОВСКИЙ МОДЕЛИРОВАНИЕ ПРОЦЕССА ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ ПРИ УПРАВЛЕНИИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЕМ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ СИСТЕМ	194
М. Ю. ШЛАПАК ДЕКОМПОЗИЦІЙНИЙ АНАЛІЗ НА ОСНОВІ ДАНИХ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНИХ РАХУНКІВ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРИЙНЯТТЯ ДЕРЖАВНИХ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ	198
УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМИ ПРОЦЕСАМИ У ПЕРІОД КРИЗИ	
М. В. МАКАРЕНКО СУЧАСНІ ПІДХОДИ ЩОДО УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ РЕГІОНІВ	201
Л. А. ПОПЕЛЬ БЮДЖЕТНІ ІНВЕСТИЦІЇ ЯК СКЛАДОВА ІНВЕСТИЦІЙ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ	205
О. О. ПРИСЯЖНЮК ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ТА ОБСЛУГОВУВАННЯ ДЕРЖАВНОГО БОРГУ УКРАЇНИ	209
В. П. ЯЦЕНКО ДЕЯКІ АСПЕКТИ ПЕРЕТВОРЕННЯ ЗЕМЕЛЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПРИЗНАЧЕННЯ В ТОВАР	212
О. А. ГРІШНОВА, А. О. НАЦЕВИЧ ОСОБЛИВОСТІ РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИН В ПРОЦЕСІ САНАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА	214
Т. П. ЗБРИЦЬКА, Г. О. САВЧЕНКО РОЛЬ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ У МЕНЕДЖМЕНТІ ПЕРСОНАЛУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	220
О. В. ЗІРКО ВИКОРИСТАННЯ КОН'ЮНКТУРНИХ ОПИТУВАНЬ ПРИ ОЦІНЦІ РИНКУ ПРАЦІ	224
В. М. ШАВКУН ГЛОБАЛЬНА ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА КРИЗА ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ	228
ЗМІСТОВІ, ТЕХНОЛОГІЧНІ Й ГАЛУЗЕВІ АСПЕКТИ ОСВІТНЬОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	
С. А. БУРИЙ ТЕХНОЛОГІЯ ОСВІТНЬОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	232
М. В. ДИХА, Д. О. РИГА РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СИСТЕМІ ОСВІТИ ПІД ПРИЗМОЮ СУЧАСНИХ РЕАЛІЙ	234
Н. Ю. КАМЕНСКАЯ ВОПРОСЫ КЛАССИФИКАЦИИ РИСКОВ НАУКОЕМКИХ ПРОИЗВОДСТВ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	237

ЕКОНОМІКА І УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ, ГАЛУЗЯМИ

УДК 338.24

Е. С. АВДЕЕВА

Саратовский государственный торгово-экономический институт

Д. Д. ДЕНИСОВ

Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова

**РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В РАЗВИТИИ СТЕКОЛЬНОЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ**

В статье анализируются стратегии развития предприятий стекольной промышленности на современном этапе. Рассматриваются процессы слияний и поглощений: их цели и последствия. Описываются основные проблемы и тенденции развития.

In article strategy of development of the enterprises of the glass industry at the present stage are analyzed. Processes of merges and absorption are considered: their purposes and a consequence. The basic problems and development tendencies are described.

Ключевые слова: стратегия развития, стратегия интегрированного роста, слияния, поглощения.

Анализ мировой динамики производства листового стекла показывает рост объемов производства листового стекла в среднем на 7% в год. Всего четыре компании: NSG Group, Saint-Gobain, AGC и Guardian, – производят 61% мирового листового стекла. Европа, Китай и Северная Америка вместе являются потребителями 75 % мирового производства листового стекла, при этом Европа является самым насыщенным рынком.

Состояние и развитие рынка строительного стекла определяется несколькими факторами:

- объемами строительства;
- структурой строительства;
- изменением требований к строительству зданий и сооружений;
- требованиями к безопасности остекления;
- развитием технологий, возможностью производства конструктивных элементов и изделий на основе стекла;
- требованиями к архитектуре зданий.

Основными потребителями листового стекла и продуктов его переработки являются строительная отрасль, автомобилестроение, а также производители мебели. При этом определяющая роль в функционировании рынка листового стекла принадлежит именно строительству, а точнее потреблению стеклопакетов как в строительстве новых зданий и сооружений, так и при замене старых оконных конструкций.

Таким образом, российская стекольная промышленность находится в выгодных для развития условиях. Так, например, за 11 месяцев 2010 года выпуск стекла листового на территории саратовской области составил 38133,4 тыс. м², что составляет 120,2% количества соответствующего периода 2009 года. Согласно бухгалтерской отчетности ОАО «Саратовстройстекло» чистая прибыль в третьем квартале 2010 года достигла 210,48 миллионов рублей, второй квартал предприятие закрыло чистой прибылью в размере 59,38 миллиона рублей. Чистая прибыль ОАО "Эй Джи Си Борский стекольный завод" (BORG) за 9 месяцев 2010 г составила 362,146 млн руб., тогда как за тот же период прошлого года завод получил чистый убыток в размере 390,502 млн руб. по отчету предприятия [1].

Среди основных причин роста прибыли можно выделить следующие:

- благоприятная рыночная конъюнктура;
- увеличение объемов реализованной продукции;
- рост цен на листовое стекло.

Так, прибыль до налогообложения ОАО "Эй Джи Си Борский стекольный завод" составила 437,655 млн руб. против убытка годом ранее в 316,524 млн руб. При этом выручка от продаж Борского стеклозавода в январе-сентябре увеличилась на 32,5 % до 3988,499 млн руб., себестоимость – на 6 % до 2786,613 млн руб., прибыль от продаж составила 144,044 млн руб. по сравнению с убытком за тот же период прошлого года в размере 490,692 млн руб.

Однако, несмотря на радужные перспективы для российских производителей стекла, необходимо помнить, что российские производители находятся в трудном положении. Нерешенными проблемами, мешающими развитию строительства, а следовательно и стекольной промышленности, являются:

- высокие административные барьеры;
- монополизация рынка; всевозможные обременения при получении земельных участков и разрешений на строительство;
- поведение сетевых компаний, создающих сложности с подключением возводимых объектов к инженерным сетям;

- отсутствие в большинстве городов схем территориального планирования и градостроительной документации, неразвитость финансовых инструментов;
- кадровая проблема.

Положительным моментом развития стекольной промышленности является то, что импорт стекла неуклонно падает в течение последних лет. Однако, предприятия в основном импортируют технологически сложное стекло, которое на территории России производят очень мало, или не производят вовсе. Снижение объемов импорта также связано и с активной инвестиционной деятельностью иностранных стекольных гигантов. Наблюдается активное перераспределение сфер влияния и трансформация этого рынка. Так как, в отличие от других рынков, он является растущим, это способствует активизации процессов слияния / поглощения, которые начались еще в 90-е годы. Таким образом, наблюдается агрессивная политика крупнейших производителей стекла на российском рынке. В силу складывающейся на рынке ситуации особое внимание будет уделяться именно качественным характеристикам стекла и способности предприятия обеспечить выполнение любых требований покупателя, независимо от сферы применения стекла как сырья для переработки.

Все эти проблемы ставят перед отечественными предприятиями одну большую проблему: модернизация производства и его развитие на основе инновационных технологий.

Российскими учеными постоянно разрабатывают нововведения, однако лишь небольшая их доля внедряется в реальное производство, а в массовое производство поступают лишь единичные изобретения. В развитых странах эти нововведения не только претворяются, но и ученые мотивируются на дальнейший высокоэффективный труд.

Так, например, в апреле 2010 года в Обнинске в научном центре было представлено инновационное стекло. Первоначально планируется применять его в авиационной промышленности, так как гарантирует полное отсутствие любых искажений.

В производстве стекла уже используют нанотехнологии. Так, английские производители выпускают на рынок окна, покрытые микроскопически малым слоем оксида титана. Это позволяет защитить окна от грязи и пыли. Оксид титана реагирует на солнечный свет, в результате простых химических реакций происходит отделение пыли от поверхности стекла – грязь просто не пристает к окну, а если появляется вода, то она отдельными каплями тут же стекает вниз.

В Сиднее ученые разработали стекла, которые могут защитить жителей от изнуряющей жары. Стекла пропускают свет, но задерживают инфракрасное излучение, помещение не нагревается, и в результате в комнатах остается прохладно. Причем прозрачность стекла остается прежней, а комфорт в помещениях увеличивается.

Можно использовать свойства «нано» покрытий, при создании инновационных теплиц. Стеклопакеты заполняются любыми инертными газами и меняются параметры теплопередачи и сохраняется комфортный климат внутри конкретного помещения. Если в стеклопакетах использовать газ и энергосберегающие стекла, то в итоге показатели по сбережению тепла окажутся вдвое выше ГОСТа.

Разработаны также технологии изготовления стекол, которые способны изменять свою прозрачность. Причем перемены происходят легко, нужно нажать на одну лишь кнопку, при этом отпадает необходимость в шторах, так как подобное стекло можно сделать полностью непрозрачным [2].

Многие страны в настоящее время вводят довольно строгие ограничения по качеству и безопасности стекла. Так, например, на конференции EnviroCities 2010 в Дубае были приняты решение о вводе с 2014 года новых строительных норм и правил в Дубае, которые ограничат количество стекла, используемого в фасадах зданий [3]. Согласно им вводится ограничение на использование стекла в фасадах зданий до 60%, чтобы обеспечить достаточно тени, что снизит потребность в охлаждении здания.

Taiwan Glass Ind. Corp., крупнейший производитель стекла в Тайване, недавно объявила о начале массового производства низко-эмиссионного стекла в первом квартале 2011 года на различных участках. В общем итоге в 2011 году производство энергосберегающего стекла Taiwan Glass должно вырасти почти в шесть раз, до 36 миллионов квадратных метров в год. Правительство Китая потребовало, чтобы вновь строящиеся здания имели более 50% энергосберегающего стекла. Поэтому все крупные производители стали изыскивать возможности и вкладывать значительные инвестиции в производство данного вида стекла.

На основе анализа деятельности отечественных корпораций высокотехнологичных отраслей промышленности выявлены основные проблемы, препятствующие повышению эффективности реализации инновационного потока, который позволит отечественной промышленности выйти на мировой уровень конкуренции. Наибольший инновационно-экономический эффект может быть достигнут в результате решения проблем в сфере корпоративного управления. Основными являются следующие проблемы [4]:

1. Отсутствие многоуровневой инновационной стратегии, основанной на едином инновационном потоке корпорации.
2. Отсутствие системы корпоративного контроля реализации инновационной стратегии.
3. Низкая эффективность системы информационного обмена между участниками корпораций высокотехнологичных отраслей промышленности.
4. Отсутствие программы управления нематериальными объектами собственности, являющимися

виходом інноваційного потоку корпорацій високотехнологічних отарслей промисленности.

5. Проблема підготовки інноваційноорієнтованого персоналу в корпораціях високотехнологічних отарслей промисленности.

В зв'язі з цим основна задача головної компанії – визначення стратегії на основі розуміння загальних цілей всіх учасників корпорації, їх ролі в процесі створення інноваційного продукту, а також на основі розуміння основних моделей організації інноваційних ланцюжків.

Зберегти існуючі позиції на ринку можливо тільки з допомогою грамотно побудованої стратегії управління, яка відповідає найсучаснішим світовим стандартам і враховує специфіку діяльності стекольного виробництва. Стратегія розвитку підприємств повинна бути спрямована на здійснення рівномірної диверсифікації поставок по регіонах. Модель стратегічного розвитку будь-якого підприємства повинна включати наступні компоненти:

1. Загальна компонента, в основі якої лежить глобальна стратегія розвитку країни в цілому.
2. Регіональна компонента – особливості стратегії розвитку регіону, його спрямованість.
3. Специфічна компонента – притаманна конкретному підприємству, а саме специфіка факторів виробництва і своєрідність їх комбінацій, пріоритетність цілей і завдань розвитку, система інтересів і мотивацій, механізм управління і т.д.

Література

1. <http://www.osmexpo.ru/news>
2. <http://www.innovprom.ru/category/articles/innovacii>
3. <http://www.worldarchitecturenews.com>
4. Давыденко А.С. Концепция инновационных волн как основа инновационной стратегии корпораций высокотехнологических отраслей промышленности / А.С. Давыденко // Менеджмент в России и за рубежом. – 2006. – № 6. – С. 20–27.

Надійшла 08.04.2011

УДК 330.4:338.43(477)

О. В. БЕЗКРОВНИЙ, І. В. ПЕРЕТЯТЬКО

Полтавська державна аграрна академія

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ КАПІТАЛОУТВОРЕННЯ В СЕКТОРІ АПК УКРАЇНИ

Проаналізовано тенденції формування та функціонування капіталу аграрних підприємств України за останні десять років. Обґрунтовано необхідність поглибленого дослідження процесу капіталоутворення підприємств як запоруки їх фінансової стійкості та фінансової автономії в сучасних умовах.

The tendencies of forming and functioning of capital of agricultural enterprises of Ukraine are analyzed. The necessity of a deep study of capital formation of enterprises is proved, because capital is a mortgage of financial firmness and autonomy of enterprises.

Ключові слова: капітал, аграрне підприємство, позиковий капітал, власний капітал, капіталоутворення.

Негативні процеси в економіці, спричинені викликами світової економічної кризи, вимагають посиленої уваги науковців та урядових інституцій до процесів капіталоутворення підприємств України на макроекономічному рівні. Передусім, це стосується аграрного сектора, який сьогодні надзвичайно потерпає від спаду в національній економіці. Слід зазначити, що ефективне функціонування галузі безпосередньо залежить від вартісних і структурних характеристик капіталу, яким володіють і розпоряджаються підприємства. Саме тому в даній статті наша увага сконцентрована на тенденціях утворення та функціонування капіталу аграрних підприємств України.

Тенденції капіталоутворення підприємств агропромислового комплексу України, як свідчить аналіз, є предметом наукових пошуків значного кола як вітчизняних, так і зарубіжних учених. Вагомий внесок у розробку аспектів формування та функціонування капіталу аграрних підприємств України зробили В. В. Баліцька, О. О. Лелюк, В. Я. Плаксінко, Т. В. Калашнікова та ін. У їхніх працях капітал в цілому розглядається як вартість чи цінність, що приносить дохід, а параметри капіталу підприємств дослідники вважають основним чинником, що характеризує стан галузі чи економіки в цілому. Звертається особлива увага на загрозові тенденції капіталоутворення суб'єктів економіки та необхідність упровадження ефективних важелів регулювання даних процесів на державному рівні. На думку дослідників, ефективне управління власними та позиковими коштами може забезпечити підприємству стабільну прибуткову діяльність. Зважаючи на це, необхідним є поглиблене дослідження теоретичних основ формування власного капіталу, аналіз можливих варіантів зміни розміру статутного капіталу та узагальнення показників ефективності використання власних та залучених фінансових ресурсів [1 – 4].

Відаючи належне тій кількості досліджень, які здійснюються у даній сфері, зауважимо, що у

більшості з них не концентрується увага на параметрах капіталу підприємств. Основні дискусії точаться навколо капіталізації банківської системи, фондового ринку, страхових організацій тощо. Крім того, практично не досліджуються тенденції капіталоутворення сільськогосподарських підприємств на макроекономічному рівні, що дозволило б виділити основні тенденції та характеристики продуктивного капіталу.

Саме тому назріла необхідність здійснення якісної оцінки сучасних тенденцій капіталоутворення аграрних підприємств України з одночасним виділенням основних проблем та шляхів їх подолання, що сукупно обумовлюють актуальність вибору теми статті, визначають її мету та формують коло завдань.

Аналізуючи стан аграрної сфери України, слід звернути увагу на ряд негативних тенденцій, виявлених нами у ході діагностики. Так, у період здобуття Україною незалежності (1991 р.) кількість збиткових господарств становила лише 0,2 %. Державна банківська система надавала кредити під 2-3 % річних. При переході до системи вільного ринку у 1999 р. близько 84 % аграрних підприємств виявилися збитковими, а середня збитковість перевищувала 20 %. Уже в 2000 р. ставка по кредитах, що надавалися сільськогосподарським підприємствам, досягла 54 % річних, а інвестиції у сільське господарство скоротилися у 23 рази. Незважаючи на те, що у 2000-х роках фінансовий стан галузі починає стабілізуватися, наслідком чого є отримання галуззю у 2009 р. 7 млрд грн. прибутку, дані ресурси не було втілено в галузеві інвестиції. Капітальні вкладення у 2009 р. скорочуються вдвічі. Фінансовий стан галузі сільського господарства за багатьма показниками поступається середньому рівню, порівняно з національною економікою. Такі тенденції спонукають до поглибленого вивчення та діагностики основних параметрів фінансової діяльності, яка є визначальним фактором для успішного функціонування підприємства.

Нами проаналізовано тенденції формування й функціонування капіталу аграрних підприємств України за останнє десятиріччя. Як показано на рис. 1, вартісні величини сукупного капіталу розширилися, збільшившись у 2,2 рази. При цьому власний капітал залишається більшим позичкового, за винятком 2008 р., коли позиковий капітал на 8 % перевищив власні ресурси сільськогосподарських підприємств. У 2009 р. дані величини майже збігаються (власний капітал на 3,9 % більший за позиковий), на відміну від 2000 р., коли власні ресурси у 2,3 рази були більшими, ніж позичені.

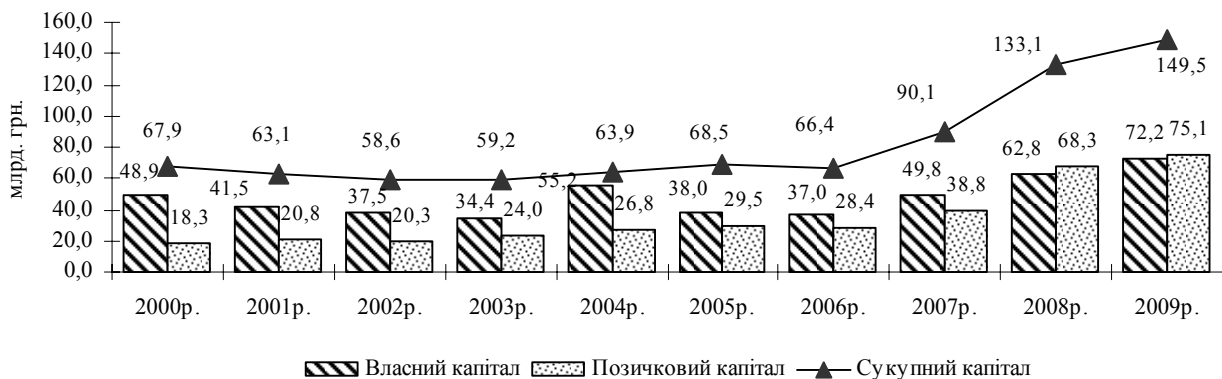


Рис. 1. Вартісні величини капіталу аграрних підприємств України, 2000–2009 рр.

Зважаючи на наведену динаміку, зазначимо, що власний капітал є детермінантою стабільного розвитку та функціонування господарюючого суб'єкта, забезпечуючи його автономію, платоспроможність та знижуючи загрозу банкрутства. Незважаючи на те, що динаміка розмірів власного капіталу аграрних підприємств України за 2000–2009 рр. позитивна, вартісні величини його зростають. Так, у 2000 р. частка власного капіталу сільськогосподарських підприємств у загальній сумі власного капіталу підприємств України становила 11,7 % при її абсолютному значенні 48,9 млрд. грн. (табл. 1). У наступних роках спостерігається негативна динаміка частки власного капіталу аграрних підприємств у власному капіталі всіх підприємств України, що досягла найнижчого рівня 4,6 % при абсолютному значенні 37,0 млрд. грн. у 2006 р., а в 2008–2009 рр. вартісні величини власного капіталу дещо розширюються, досягаючи частки, відповідно, 5,5 та 5,7 %.

Варто звернути увагу на той факт, що зниження вартості власного капіталу аграрних підприємств України відбувається на тлі стрімкого нарощення грошової маси, водночас зі збільшенням кредитування та монетизації економіки. За таких тенденцій навіть значні обсяги власного капіталу не можуть забезпечити абсолютну стійкість підприємства.

Особливо важливим у даному випадку є аналіз позичкового капіталу, який залучають аграрні підприємства до своєї діяльності. Так, обсяги сукупного капіталу сільськогосподарських підприємств України щодо сукупного капіталу всіх підприємств скоротилися на 4,6 в. п. Як показують дані рис. 2, вартісна оцінка позичкового капіталу аграрних підприємств за 2000–2009 рр. щодо позичкового капіталу

всіх підприємств України скоротилася на 1,5 в. п. Проте ці дані доцільно співставити з тенденціями власного капіталу, де таке падіння становило 6,0 в. п. Це означає, що має місце звуження як власного, так і позичкового капіталу аграрних підприємств, проте із власним капіталом це відбувається інтенсивніше.

Таблиця 1

Динаміка власного капіталу аграрних підприємств України, 2000–2009 рр.

Показники	Роки									
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Сукупний капітал підприємств України, млрд грн.	777,0	876,2	953,8	1096,9	1282,8	1477,9	1842,4	2494,1	3245,4	3676,1
Сукупний капітал аграрних підприємств України, млрд грн.	67,9	63,1	56,6	59,2	63,9	68,5	66,4	90,1	133,1	149,5
Питома вага капіталу аграрних підприємств у сукупному капіталі підприємств України, %	8,7	7,2	5,9	5,4	5,0	4,6	3,6	3,6	4,1	4,1
Власний капітал підприємств України, млрд грн.	418,9	452,5	471,0	512,4	583,1	673,0	801,9	1050,6	1133,6	1269,5
Власний капітал аграрних підприємств України, млрд грн.	48,9	41,5	37,5	34,4	36,2	38,0	37,0	49,9	62,8	72,2
Питома вага власного капіталу аграрних підприємств у власному капіталі підприємств України, %	11,7	9,2	8,0	6,7	6,2	5,6	4,6	4,7	5,5	5,7

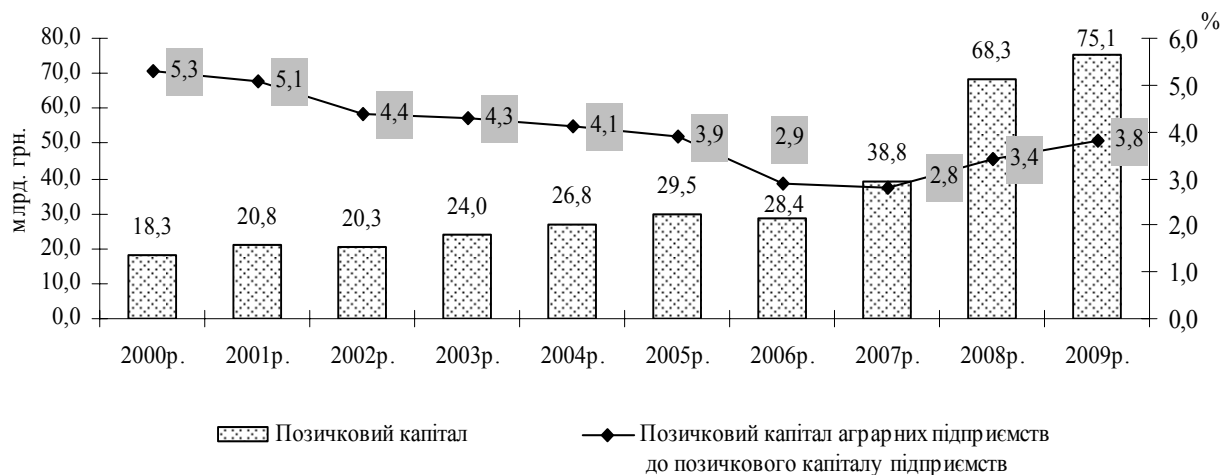


Рис. 2. Динаміка позичкового капіталу аграрних підприємств України, 2000–2009 рр.

Нерівномірні тенденції власного та позичкового капіталу аграрних підприємств, на наш погляд, свідчать про негативну динаміку формування вартісних величин і структурних пропорцій капіталу сільськогосподарських підприємств України. Через стрімке зростання боргового фінансування коефіцієнт співвідношення позичкового та власного капіталу у 2000 р. становив 0,374, а за результатами 2009 р. зріс до 1,040.

Зниження вартісної величини власного капіталу та розширення боргових джерел фінансування господарської діяльності сільськогосподарських підприємств України є причиною їх нестійкості, про що свідчить значне зниження коефіцієнта автономії (табл. 2).

Проведені нами розрахунки показали, що за десять останніх років коефіцієнт фінансової автономії сільськогосподарських підприємств України суттєво погіршився. Це свідчить, що аграрний сектор перебуває на стадії виснаження, що входить у протиріччя зі зростаннями обсягів виробництва. У свою чергу, зниження вартісної оцінки власного капіталу та погіршення структурних пропорцій внаслідок нарощення позичкового капіталу утворюють дефіцит власних оборотних засобів, який щороку зростає.

Стан фінансової автономії аграрних підприємств України у 2000–2009 рр.

Показники	Роки									
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Власний капітал (ВК), млрд. грн.	48,9	41,5	37,5	34,4	36,2	38,0	37,0	49,9	62,8	72,2
Баланс (Б), млрд грн.	67,9	63,1	58,6	59,2	63,9	68,5	66,4	90,1	133,1	149,5
Загальний коефіцієнт фінансової автономії (ВК/Б)	0,720	0,658	0,640	0,581	0,566	0,555	0,557	0,554	0,472	0,483

Загалом, здійснені дослідження щодо діагностики формування та функціонування капіталу аграрних підприємств України вказують на наявність певних невідповідностей і негативних тенденцій у капіталоутворенні. Основною причиною такої динаміки, на нашу думку, є те, що капіталоутворення не має пріоритету з-поміж досліджуваних на урядовому рівні показників. Даному процесу надається недостатньо уваги, що негативно позначається на фінансовій діяльності сільськогосподарських підприємств. Тому наголошуємо на однозначній необхідності посилення уваги держави на дані процеси. Розширення і якісне покращення процедур діагностики процесів капіталоутворення суб'єктами сектора АПК має для багатьох із них стати запорукою покращення фінансового становища і стабільного економічного розвитку, особливо в сучасних кризових умовах.

Література

1. Баліцька В. В. Тенденції капіталоутворення вітчизняних підприємств / В. В. Баліцька // Науково-технічна інформація. – 2009. – № 2. – С. 37–47.
2. Калашнікова Т. В. Стан і тенденції розвитку кредитного забезпечення аграрної галузі України / Т. В. Калашнікова // Фінанси України. – 2010. – № 10. – С. 29–37.
3. Лелюк О. О. Оптимізація структури капіталу аграрних підприємств / О. О. Лелюк // Економіка АПК. – 2010. – № 21. – С. 36–41.
4. Плаксієнко В. Я. Теоретичні основи формування власного капіталу сільськогосподарських підприємств / В. Я. Плаксієнко // Економіка АПК. – 2010. – № 4. – С. 4–7.
5. Офіційний сайт Національного банку України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua>.

Надійшла 08.04.2011

УДК 631.15: 639.3

О. В. ВЕЛИЧКО

Національний університет біоресурсів і природокористування України

СТАН ТА ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИБОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДКОМПЛЕКСУ

Досліджено стан та особливості виробничої діяльності підприємств рибного господарства, визначено показники оцінки економічної ефективності рибогосподарського виробництва, обґрунтовано перспективи розвитку рибогосподарського підкомплексу та шляхи підвищення його ефективності.

The condition and features production activity fishery, defined indicators to evaluate economic efficiency of fishery production, fishery proved pidkompleksu prospects and ways to improve its performance.

Ключові слова: рибне господарство, продукція рибальства та рибництва, водні живі ресурси, рибо-добувні підприємства, рибогосподарське виробництво, економічна ефективність.

На сучасному етапі розвитку однією з головних глобальних проблем людства є продовольча. На вирішення цього питання спрямовують свої зусилля всі країни світу, в тому числі й Україна, оскільки для частини її населення характерним є неповноцінне харчування, що негативно впливає на демографію і здоров'я нації. Використання продукції рибного господарства сприяє гармонізації та доступності харчування населення.

Риба дуже корисний продукт у харчовому раціоні людини і попит на неї щорічно зростає. Як харчовий продукт риба містить цінні для харчування людини компоненти, насамперед, повноцінні білки, що включають майже всі незамінні амінокислоти, ліпіди, значну кількість мікроелементів. Рибні продукти мають здатність регулювати холестериновий обмін в організмі людини і підвищувати стійкість до серцево-судинних захворювань. Риба – джерело вітамінів груп. Великі можливості відкриває організація глибокої переробки сировини з виділенням ферментів та інших біологічно активних речовин, які вкрай необхідні для

дитячого харчування, створення комбінованих продуктів, нових ліків на біологічній основі. Стабільний розвиток рибного господарства, метою якого є задоволення потреб населення в рибній продукції, неможливий без ефективної виробничої діяльності, направленої на підвищення його прибутковості.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблема ефективного функціонування підприємств рибного господарства присвячено теоретичні дослідження, методичні розробки вчених-економістів. Вагомий вклад в дослідження проблеми підвищення ефективності рибного господарства зробили такі вітчизняні та зарубіжні учені: О.М. Багров, П.П. Борщевський, М.В. Гринжевський, Я. Коуржил, Ю.П. Мамонтов, В.О. Мурін, Є.А. Романов, М.С. Стасишен, І.М. Герман. Проте, на даний час, як засвідчує огляд наукової літератури і реальний стан проблеми функціонування рибогосподарського підкомплексу, є ще величезний ряд невіршених питань, які потребують поглибленого дослідження.

Мета дослідження. Метою дослідження є аналіз стану розвитку рибогосподарського підкомплексу та розробка практичних рекомендацій щодо підвищення його економічної ефективності.

Виклад основного матеріалу. Рибне господарство має особливо важливе значення у забезпеченні продовольчої безпеки країни, зміцненні її позицій на міжнародній арені. Сучасний стан рибного господарства залишається складним, істотно: скоротилися обсяги його виробництва, посилилася сировинна спрямованість експорту, що загрожує перетворенню України на сировинний придаток розвинутих країн.

Після стрімкого падіння на початку, в кінці 90-х років минулого століття відбулася стабілізація діяльності рибного господарства внаслідок використання випасних технологій вирощування риби. Проте масове застосування випасної технології, ефективність якої значною мірою залежить від природно-кліматичних умов, призвели до поступового зниження рівня виробництва товарної рибопродукції. Неритмічна робота спеціалізованих рибницьких підприємств відштовхнула від них переробну галузь, яка стала майже повністю орієнтована на морську сировину. Недостатність якісної вітчизняної продукції, що вирощується на внутрішніх водоймах, негативно впливає на ринок риби та продукції з неї, сприяє заповненню цієї ніші неякісною продукцією [1].

Зменшення обсягів виробництва продукції рибальства та рибництва, зниження економічної ефективності підприємств рибного господарства України в цілому створюють залежність рівня споживання населенням риби та рибної продукції від імпорту.

Головним завданням рибного господарства є забезпечення населення рибою та рибною продукцією при достатній ефективності галузі для подальшого її розвитку. Незважаючи на прийняття ряду законодавчих актів, які мають безпосередній вплив на розвиток рибного господарства, рівень виробництва галуззю товарної продукції продовжує знижуватися. При цьому зростаючий рівень життя населення вимагає поліпшення якості продукції. Тому важливим є визначення раціональних напрямів та моделей розвитку рибного господарства на основі широкого використання інноваційних технологій.

Підвищення ефективності виробництва – одне із найважливіших завдань розвитку рибного господарства на сучасному етапі. Низька ефективність виробництва на сучасному етапі обумовлена екстенсивними технологіями, пошуком шляхів для скорочення витрат на всіх етапах технологічного циклу. Застосування інтенсивних технологій в рибництві дозволить збільшити кількість та якість товарної продукції, суттєво зменшить залежність від природно-кліматичних умов, сприятиме покращенню фінансово-економічних результатів роботи підприємств.

Найголовнішим завданням рибопродуктового підкомплексу є забезпечення потреб населення в рибі та рибній продукції завдяки ефективному функціонуванню продовольчих ринків, зокрема ринку прісноводної риби та продуктів її переробки. Останній характеризується негативними тенденціями розвитку, збереження яких загрожує занепадом галузі і зниженням рівня забезпечення населення рибною продукцією. Особливо відчутні ці тенденції в сільській місцевості, де споживачі обмежені асортиментом продукції, яка характеризується зниженням якості прісноводної риби та продуктів її переробки.

Підвищення рівня забезпечення населення країни рибою та рибною продукцією можливе за рахунок раціонального використання потенціалу всіх видів внутрішніх водойм України, збільшення вилову океанічної продукції, а також зростання імпорту риби та рибної продукції. Однак, імпортована продукція не завжди відповідає санітарним вимогам, вимогам первинної обробки, ставить у пряму залежність продовольчу безпеку країни від міжнародних монополій, передбачає постійне загальносвітове збільшення вартості продукції.

Для оцінки перспектив розвитку ринку прісноводної риби на сільських територіях доцільно використати системно-функціональний підхід, який передбачає визначення обсягу можливого споживання прісноводної риби та обсягу можливої пропозиції за різними напрямками надходження рибних ресурсів. З урахуванням альтернатив розвитку технологій і ринку, за умови державної підтримки рибного господарства, необхідно також обґрунтувати кількісні параметри функціонування ринку риби та рибних продуктів.

Рибне господарство України є цілісним виробничо-господарським комплексом, який об'єднує підприємства, що займаються видобутком риби та інших водних живих ресурсів, забезпечують доставку, збереження, переробку та збут рибопродукції, вирощування риби, відновлення та охорону рибних запасів. Розвиток рибогосподарської галузі характеризують такі показники: щільність посадки на один гектар водойми, шт.; середня маса вирощеної продукції, г; вихід товарної риби, %; рибопродуктивність водойм, ц/га; валове виробництво риби, т.

Динаміка вилову риби та добування інших водних живих ресурсів у господарствах України наведена в табл. 1.

Аналіз наведених даних свідчить, що обсяги вилову риби та добування інших водних живих ресурсів у 2009 р. порівняно з 2000 р. зменшилися з 350,1 тис. т до 256,9 тис. т, або на 26,6%. Водночас вилов риби у внутрішніх водоймах підвищився на 10,5%, у виключній (морській) економічній зоні України – на 18,1%. Щодо виключних (морських) економічних зон інших держав, то вилов риби та добування інших водних живих ресурсів у 2009 р. порівняно з 2000 р. зменшився на 15,8%, у тому числі вилов риби – на 31,2%.

Виллов риби та добування інших водних живих ресурсів здійснюються різними суб'єктами господарювання. У 2008 р. було вилвлено риби та добуто інших водних живих ресурсів 224,1 тис. т, в тому числі у промислових рибодобувних підприємствах – 148,1 тис. т (66,1%), підприємствах об'єднання «Укррибгосп» – 20,1 тис. т (9%), підприємствах «Укррибколгосп-об'єднання» – 10,6 тис. т (4,7%), сільськогосподарських підприємствах – 3,8 тис. т (1,7%), інших суб'єктах господарювання – 41,6 тис. т (18,5%). Отже, основними постачальниками риби та інших водних живих ресурсів на ринок України є промислові рибодобувні підприємства.

Таблиця 1

Виллов риби та добування інших водних живих ресурсів, тис. т

Рік	Всього	У тому числі за видами водоймищ				У тому числі вилов риби
		у внутрішніх водоймах	у виключній (морській) економічній зоні України	у виключних (морських) економічних зонах інших держав	у відкритій частині Світового океану	
1995	400,2	67,8	30,1	279,5	22,7	363,4
2000	350,1	38,2	57,0	175,0	79,9	346,7
2005	265,6	37,4	61,2	149,6	17,4	234,2
2006	228,8	36,7	46,8	122,4	23,0	202,2
2007	213,7	43,2	47,0	123,6	-	198,3
2008	224,1	41,2	55,0	140,7	7,6	220,5
2009	256,9	42,2	67,3	147,3	-	238,6
2009 р. у % до 2000 р.	73,4	110,5	118,1	84,2	-	68,8

У ситуації, що склалась, постала необхідність виявлення резервів розвитку галузі, зокрема пошуку нових, економічно виправданих методів ведення ставкового рибництва із застосуванням комплексу інноваційних заходів щодо експлуатації ставів і утримання риби, спрямованих на суттєве підвищення ефективності використання біопродукційного потенціалу водойм.

Наукові основи високопродуктивного ведення ставкового рибництва в сучасних умовах господарювання мають гарантувати ефективне розв'язання низки завдань, основними з яких є впровадження комплексних методів підвищення рівня виживання риби на всіх етапах вирощування та в період зимівлі; забезпечення якості та конкурентоспроможності рибної продукції шляхом переорієнтації виробництва на вирощування коропа і рослиноїдних риби з товарною масою відповідно не менше 800 та 1000 г на основі застосування інтенсивних технологій з часткою коропа до 60-70%, що забезпечують рибопродуктивність ставів не менше 1,2 т/га; забезпечення ресурсощадного режиму ведення ставкового рибництва; впровадження методів ведення ставкового рибництва, що забезпечують поліпшення біохімічних показників товарної риби як харчового продукту; розроблення диференційованих підходів до оцінки потенційної рибопродуктивності характерних типів ставів; визначення комплексу факторів рибницького характеру, здатних негативно позначатись на результатах вирощування коропа і рослиноїдних риби у ставах та розроблення ефективних методів їхнього усунення; комплексне відпрацювання оптимального режиму управління ставами для одержання необхідної кількості якісної рибної продукції та одночасного досягнення позитивного екологічного ефекту щодо поліпшення якості скидної води, підтримання біологічного і ландшафтного різноманіття.

Рибне господарство України – це цілісний виробничо-господарський комплекс, який об'єднує підприємства, що займаються видобутком риби й інших водних живих ресурсів, забезпечують доставку та збут рибопродукції, вирощування риби, відтворення і охорону рибних запасів.

В забезпеченні соціальної стабільності продовольчої безпеки України важливе місце займає виробництво товарної риби та продукції з неї. Рибне галузь інтегрована у загальну структуру національного господарства, тому прорахунки в цій сфері негативно позначаються на економічному стані галузі та забезпеченні населення цінною продукцією. Разом із іншими галузями агропромислового сектору економіки

рибне господарство забезпечує продовольством споживчий ринок держави, який більш, ніж на 70% формується за рахунок продовольства та продукції, виготовленої із вітчизняної сировини [2, с. 306]. Тому головним завданням розвитком підприємств рибного господарства є збільшення виробництва продуктів харчування і забезпечення продовольчої безпеки.

Одним із найважливіших показників ефективності діяльності рибного господарства внутрішніх водойм є рибопродуктивність. Рибопродуктивність водойми – це властивість водойми відтворювати впродовж певного часу величину біомаси риб [3, 4]. Це основний показник при вирощуванні риби, який суттєво впливає на рівень таких економічних показників, як продуктивність праці, собівартість 1 ц продукції, капіталовіддача, рівень рентабельності. Підвищення рибопродуктивності значною мірою визначає рівень ефективності використання площі водойми, матеріальних та трудових ресурсів.

Загальна рибопродуктивність ставків визначається як різниця між виловленою восени рибопродукцією і масою посадженого навесні посадкового матеріалу із розрахунку на 1 га площі ставка (ц/га):

$$P_{\text{заг}} = (M_2 - M_1) / S,$$

де $P_{\text{заг}}$ – загальна рибопродуктивність, ц/га; M_2 – маса рибопродукції, ц; M_1 – маса посадкового матеріалу, ц; S – площа ставка, га.

Основною складовою загальної рибопродуктивності є природна кормова база, яка визначає величину щорічного приросту риби на гектар водної площі ставу за рахунок природної кормової бази [5, с. 17-18]. Це рибопродуктивність, яка може бути отримана без використання кормів та інших засобів інтенсифікації при умові отримання рибою стандартної наважки. Її величина залежить від комплексу чинників: якості води, характеру ґрунтів, на яких побудовані ставки, кліматичних і гідрометеорологічних умов, місця розташування та площі ставків, набору риб в полікультурі, їх щільності, інтенсифікації технологій рибництва тощо.

Різниця між загальною і природною рибопродуктивністю – рибопродуктивність, одержана за рахунок заходів інтенсифікації (використання штучних кормів, удобрення, вапнування, механізації та меліорації водойм, вирощування риб в полікультурі, застосування найновіших досягнень науки і передового досвіду – виведення нових сортів риб, акліматизація та впровадження нових об'єктів рибництва риб).

Оскільки основними факторами інтенсифікації в рибництві є внесення добрив та кормів, то загальна рибопродуктивність ($P_{\text{заг}}$) визначається за формулою:

$$P_{\text{заг}} = P_{\text{пр}} + P_{\text{д}} + P_{\text{к}},$$

де $P_{\text{пр}}$ – природна рибопродуктивність ц/га; $P_{\text{д}}$ – рибопродуктивність досягнута за рахунок внесення добрив, ц/га; $P_{\text{к}}$ – рибопродуктивність досягнута за рахунок внесення кормів, ц/га.

Враховуючи, що в рибному господарстві сільськогосподарськими угіддями є водойми, тоді результатом виробничої діяльності на водоймі може бути отримана продукція: риба та інші водні живі ресурси (водні біологічні ресурси) – сукупність організмів, життя яких неможливе без перебування у воді. До водних живих ресурсів, від вирощування яких можна отримати економічний ефект, належать прісноводні риби на всіх стадіях розвитку, водні безхребетні, у тому числі молюски, ракоподібні, наземні безхребетні у водній стадії розвитку, водорості та інші водні рослини. Багатогранність виробничої діяльності, при визначенні ефективності використання орендованих чи приватизованих водойм, вимагає враховувати всі отримані результати.

Тому загальна ефективність використання водойм ($E_{\text{зв}}$), яка розраховується на основі суми ефектів (результатів) від всієї діяльності на водоймі, визначається за формулою:

$$E_{\text{зв}} = E_{\text{р}} + E_{\text{вр}} + E_{\text{рд}} + E_{\text{і}},$$

де $E_{\text{р}}$ – ефект, отриманий від рибництва; $E_{\text{вр}}$ – ефект від вирощування інших водних; $E_{\text{рд}}$ – ефект від рекреаційної діяльності; $E_{\text{і}}$ – ефект від спільного вирощування з рибою об'єктів птахівництва та тваринництва.

Оскільки рибне господарство є складовою частиною аграрного виробництва, то факторами, які сприяють зростанню ефективності виробництва, є формування оптимальної внутрішньогалузевої та організаційної структури, впровадження науково обґрунтованих заходів щодо розвитку матеріально-технічної бази, застосування прогресивних технологій і нових видів техніки, переорієнтація інвестиційної політики.

Важливим напрямом збільшення обсягів виробництва товарної риби в сучасних умовах господарювання є застосування інтенсивної технології ставкового рибництва з підгодовлею риби недорогими, штучними кормами, переважно місцевого виробництва, виготовленими на основі зерна, зерновідходів та відходів від переробки сільськогосподарської сировини.

Актуальною проблемою ефективної рибогосподарської діяльності в умовах ринкової економіки є зниження собівартості продукції шляхом запровадження кормозберігаючих технологій вирощування риби. Це зумовлює необхідність поліпшення якості рибних комбікормів на основі застосування нетрадиційних компонентів, одержаних від перероблення сільськогосподарської сировини, введення до їхнього складу біологічно активних речовин, екологічно безпечних стимулюючих і лікувально-профілактичних препаратів.

Одним із важливих резервів збільшення обсягів виробництва прісноводної риби в Україні є підвищення ефективності рибогосподарського освоєння різних типів водосховищ. Для розв'язання цієї проблеми необхідно виконати низку взаємопов'язаних завдань, зокрема: провести комплексні дослідження на предмет організації раціональної експлуатації рибних запасів та доцільності й обсягів зариблення певними видами риб; визначити оптимальні розмірно-вагові показники посадкового матеріалу окремих видів риб, рекомендованих для зариблення певної категорії водойм; забезпечити оптимальний гідрологічний режим водних об'єктів у період нересту риб; удосконалити нормативно-правовий порядок виконання робіт щодо поповнення чисельності популяцій промислових видів риб; забезпечити ефективну систему охорони водних живих ресурсів із посиленням координації роботи наукових установ і органів рибоохорони.

Висновки. Для розв'язання проблеми рибопродуктового підкомплексу необхідно забезпечити структурні, функціональні, енергетичні, сировинні та інвестиційні зміни. Для цього необхідно подолати інноваційну відсталість рибного господарства, а також удосконалити нормативно-законодавчу базу з питань формування і подальшого функціонування інфраструктури ринку риби, інших видів живих ресурсів та харчової продукції, що з них виробляється. Важливим заходом є створення єдиної електронної інформаційної мережі підприємств і організацій рибогосподарського комплексу та інформаційно-технічної бази даних, що стосується виробництва й оптової торгівлі рибою.

Важливим напрямом підвищення рівня забезпечення населення рибною продукцією внутрішніх водойм є необхідність встановлення раціональних виробничих відносин, які свідчили б про збалансування економічних інтересів. Рибне господарство нині не розглядається як єдиний соціально-економічний процес інтеграції та координації діяльності підприємств, що здійснюють виробництво, переробку та реалізацію рибної продукції. Тому виникла необхідність створення інтеграційних структур, коли виробник рибної сировини не лише постачає ресурси, але й може впливати на кінцеву вартість продукції. Такі об'єднання сприятимуть розвитку ефективного співробітництва виробника сировини, переробних підприємств та торговельних організацій. Актуальною постає проблема організації та функціонування спеціалізованих оптових ринків.

Відродження ефективної діяльності рибопродуктового підкомплексу можливе лише за умови створення правових, організаційно-економічних, інноваційних та технологічних передумов для високоефективного поєднання досягнень науки та виробництва на основі методів і форм, які притаманні сучасній економіці. В результаті застосування енергозберігаючих, екологічно сприятливих і економічно вигідних технологій рибне господарство із збиткового може стати однією із провідних галузей аграрного сектору, що певною мірою забезпечить продовольчу безпеку країни.

Література

1. Вдовенко Н.М. Сучасний стан та напрями розвитку рибного господарства в Україні / Н.М. Вдовенко // Економіка АПК. – 2010. – № 3. – С. 15–20.
2. Ульяновченко О.В. Особливості національної концепції використання та відтворення агроресурсів / О.В. Ульяновченко // Формування і реалізація державної політики розвитку матеріально-технічної бази агропромислового комплексу в Україні. – К. : ІАЕ УААН, 2003. – 650 с.
3. Гринжєвський М.В. Інтенсифікація виробництва продукції аквакультури у внутрішніх водоймах України / Гринжєвський М.В. – К. : Світ, 2000. – 190 с.
4. Гринжєвський М.В. Словник-довідник науково-виробничих термінів і понять у рибному і водному господарстві / Гринжєвський М.В., Єрко В.М., Пекарський А.В. – К. : Вища освіта, 2002. – 303 с.
5. Андрющенко А.І. Методи підвищення природної рибопродуктивності ставів / Андрющенко А.І., Балтаджи Р.А., Вовк Н.І. – К. : Інститут рибного господарства УААН, 1998. – 114 с.

Надійшла 02.04.2011

ПІДВИЩЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Розглянуті й узагальнені теоретичні, методологічні, загальнонаукові принципи, спрямовані на вдосконалення ефективності управління якістю продукції на підприємствах легкої промисловості.

Reviewed and summarized the theoretical, methodological, and include the principles aimed at improving the effectiveness of the quality management of products at the enterprises of light industry.

Ключові слова: управління, якість, конкурентоспроможність, маркетинг, сертифікація, стандартизація, продукція.

Вступ. Вдосконалення управління якістю належить до наукових напрямів, які достатньо активно вивчаються. До фундаментальних праць в галузі економіки та управління якістю належать роботи таких зарубіжних вчених: Е. Демінга, Ф. Кросбі, М. Беста, О. Уільямсона, Дж. Джурана, Дж. Харрінгтона, І. Мінору, Ш. Шінгу та ін.. Вагомим внеском у теорію управління якістю є наукові праці Г. Азгальдова, Л. Бадалова, О. Глічева, В. Панова.

Дані проблеми активно досліджуються в Україні такими вченими: Ю. Адлером, П. Калитою, Ю. Койфманом, Д. Крисоною, О. Орловим, М. Шаповалом та ін.

Легка промисловість потерпає від недосконалої економічної політики, яка призвела до дискримінації національного виробника і неухильного витіснення з внутрішнього ринку вітчизняної продукції. Скорочення обсягів виробництва призвело до втрати 650 тис. робочих місць. При цьому обсяги імпорту збільшились та займають 70 – 80% внутрішнього ринку України і, в основному, це китайська продукція.

Ефективність підприємств галузі досить низька: товари, які випускають підприємства легкої промисловості України, значно поступаються за якістю та кількістю продукції розвинених країн; порівняно низька продуктивність праці, затрати на виробництво продукції.

Відсутність реальної конкуренції спричиняє завищення цін, спонукає продавати низькоякісну продукцію.

Основний розділ. Головною причиною кризового стану легкої промисловості є технологічна відсталість більшості підприємств, що призводить до зменшення конкурентоспроможності продукції.

Для виходу з ситуації, що склалася, необхідна активізація інноваційної діяльності, головним завданням якої є впровадження та використання результатів наукових досліджень і розробок на підприємствах.

Інноваційна діяльність підприємств в основному стримується браком фінансових коштів, серед інших причин виділяють занадто високі витрати на інновації та тривалі терміни їх окупності.

Для активізації інноваційної діяльності необхідні наступні заходи:

- поліпшення нормативно-правової системи з боку держави з метою підвищення інноваційної діяльності підприємств;
- економічна підтримка підприємств, що беруть участь в інноваційній діяльності;
- підтримка інноваційної діяльності на регіональному рівні;
- розвиток міжнародного співробітництва у сфері інноваційної діяльності.

Набуття Україною членства у Світовій організації торгівлі потребує захисту вітчизняного товаровиробника від недоброякісного імпорту, а також створення сприятливих умов для максимального насичення внутрішнього ринку вітчизняними конкурентоспроможними товарами [5].

Успіх кожного товаровиробника оцінюється за рівнем ефективності виробництва, обумовленої, в першу чергу, ступенем задоволення потреб суспільства з найменшими витратами. При цьому визначальною характеристикою, яка формує суспільні потреби, стає якість продукції. Це пов'язано з тим, що якість в умовах конкуренції є головним стимулом придбання продукції, одним із факторів конкурентоспроможності.

Стан справ в сфері управління якістю на підприємствах легкої промисловості України не можна визначити як задовільний. Розвиток експортних відносин показує, що продукція вітчизняних підприємств не є конкурентоспроможною на світовому ринку саме за якістю. Відповідно до аналітичних матеріалів Укрлегпрому, за даними митної статистики за січень – травень 2009 року обсяги імпорту перевищили обсяги експорту на 298 843 тис. дол. США (44,1 %) [1].

Розвиток економіки України на сучасному етапі значною мірою залежить від якості як одного із чинників забезпечення національних інтересів. Поліпшення якості продукції та послуг і, відповідно, конкурентоспроможності сприяє поширенню виробництва й обсягу продажу на внутрішньому та зовнішньому ринках, сприяє зміцненню позицій підприємств, галузей та промисловості в цілому. Саме тому існує необхідність розробки більш ефективних методів забезпечення та управління якістю, які нададуть можливість виявити резерви з підвищення якості продукції, знайти більш дієві засоби для досягнення

високого рівня показників, забезпечуючи тим самим і позитивний суспільний ефект соціального змісту. Звідси перспективи вітчизняних підприємств полягають у здатності забезпечити свій стратегічний розвиток на основі виробництва конкурентоспроможних товарів.

Конкурентоспроможність – такий збіг властивостей, характеристик товару і вимог споживачів, за яких дотримуються інтереси виробника і споживача, що означає повну відповідність товару умовам ринку.

Сучасними методами досягнення конкурентоспроможності підприємства є:

1. «Близькість до споживачів» – виробник добре уявляє систему цінностей споживачів, а також їх мотиви при купівлі товарів та здатність враховувати будь-які зміни.

2. «Репутація, марка» - продукт первісно володіє привабливими властивостями, використання товарів є престижним.

3. «Інноваційний потенціал» – виробник корегує свої можливості згідно з ситуацією на ринку та поведінкою конкурентів.

4. «Технологічна перевага підприємства» – володіння ноу-хау та обладнанням, які дають змогу створювати сучасні, високотехнологічні та емоційно привабливі товари з унікальними властивостями на основі технологічного прориву.

5. «Управління розробками» – уміння швидше за всіх створювати та забезпечувати ринок новими товарами.

6. «Гнучкість виробництва» – можливість швидко переналагоджувати обладнання і здійснювати зміни у реорганізації виробництва [3, с.276].

Конкурентоспроможність підприємства – це комплексне поняття, яке включає такі аспекти: спроможність підприємства продукувати конкурентоспроможну продукцію; вміння розробляти стратегію, яка має високий рівень конкурентоспроможності; наявність добре налагодженого організаційно – управлінського механізму, який спроможний виконати поставлені завдання; орієнтація діяльності організації на ринок і систематична співпраця зі споживачами; наявність конкурентної стратегії та тактики дій щодо конкурентів; висока професійна підготовленість персоналу; вміння реагувати або адаптуватись до змін зовнішнього середовища [4, с. 448].

Визначальними елементами, що справляють найбільш істотний вплив на процеси забезпечення виробництва і постачання споживачам конкурентоспроможної продукції є стандартизація та сертифікація. При цьому необхідно враховувати, що стандарт на продукцію є основним нормативно-технічним документом, в якому нормуються показники якості, виходячи з досягнень науки, техніки та попиту ринку.

Найважливішим елементом виробничого менеджменту взагалі та системи управління якістю зокрема стає сертифікація продукції. Кожний вид товарів, який те чи інше підприємство хоче вигідно продати на внутрішньому чи світовому ринку, мусить бути сертифікованим, тобто мати документ, що засвідчує високий рівень його якості, відповідність вимогам міжнародних стандартів ISO серії 9000.

За допомогою сертифікації здійснюється кінцеве оцінювання якості виготовленої продукції, яка означає випробування продукції, видачу сертифіката відповідності, маркування продукції знаком відповідності та контроль за станом подальшого виробництва за допомогою контрольних випробувань.

Основними напрямками діяльності підприємства в галузі якості згідно з міжнародними стандартами ISO серії 9000 є:

- планування якості;
- управління якістю;
- забезпечення якості;
- поліпшення якості.

Конкурентоспроможність продукції на конкретному ринку (КС) знаходиться в тісному зв'язку з якістю продукції і визначається за формулою:

$$КС = (E_{вп}) \text{ або } E_{кк} \cdot K_1 \cdot K_2 \cdot K_3, \quad (1)$$

де $E_{вп}$, $E_{кк}$ – ефективність виробу, який оцінюється, та виробу конкурента, одиниця корисного ефекту /од. грошової одиниці;

K_1, K_2, K_3 – корегуючі коефіцієнти, які враховують конкретні конкурентні переваги виробів.

Коефіцієнт гатунку (K_c) визначається за формулою:

$$K_c = \frac{N_1 \cdot Ц_1 + N_2 \cdot Ц_2}{(N_1 + N_2) \cdot Ц_1}, \quad (2)$$

де N_1, N_2 – випуск продукції нижчого і вищого гатунку, одиниць;

$Ц_1, Ц_2$ – ціна одиниці продукції відповідного гатунку, грн. [3, с. 276].

Першорядне значення в системі комплексного управління якістю належить відділу маркетингу, який представляє інтереси фірми у взаєминах із споживачем. Будь-яка система маркетингу, що не

задовольняє вимоги споживачів, не зможе вижити у конкурентній боротьбі.

Відділ маркетингу безпосередньо несе відповідальність за підготовку плану розроблення нової продукції, що відповідає вимогам споживача. Таким чином, відділ маркетингу, де все бере свій початок і запроваджується в життя при тісній взаємодії із споживачем, посідає значне місце в управлінні якістю.

Основними завданнями із забезпечення якості, що виконуються на етапі маркетингу, є:

- визначення поточних та перспективних потреб у виробництві продукції та наданні послуг на різних ринках;

- визначення та уточнення вимог споживачів щодо технічних характеристик, номенклатури, обсягу, вартості продукції та інших умов постачання (продажу);

- інформування керівництва та всіх зацікавлених підрозділів про вимоги споживача та умови ринку, а також про потенційних конкурентів [2, с.453].

Основною метою виконання завдань на етапі маркетингу є забезпечення діяльності всіх підрозділів підприємства (постачальника) на зовнішньому та внутрішньому ринках для інтенсифікації збуту продукції.

Висновки. Таким чином, основні перспективні напрями розвитку легкої промисловості України полягають в інтенсифікації зусиль вітчизняних виробників щодо опанування стійких конкурентних позицій на зовнішньому ринку шляхом підвищення якості товарів на основі високорозвинених передових технологій, зниження їхньої собівартості. Забезпечення більш гнучкого реагування підприємств на запити споживачів, відмова від неефективних схем давальницької сировини. Стають можливими, коли урядом будуть створені сприятливі умови для розвитку виробників товарів легкої промисловості, а саме: вдосконалення податкового, митного законодавства; соціальної політики і підготовки кадрів, забезпечення належних економічних стимулів.

Необхідною умовою забезпечення конкурентоспроможності підприємства є розробка спеціальної концепції, яка повинна базуватися на прогнозуванні розвитку зовнішнього середовища та визначенні ролі та місця підприємства на ринку.

Одним із основних факторів забезпечення конкурентоспроможності є стратегія управлінського мислення, вміння встановлювати оптимальні цілі і добиватися їх досягнення.

Література

1. Аналітичні матеріали Укрлегпрому за даними митної статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ukrlegprom.org.ua/files/analitika_importa_eksporta
2. Ілляшенко С. М. Маркетинг для магістрів : [навч. посібник] / Ілляшенко С. М. – Суми : ВДТ «Університетська книга», 2007. – 453 с.
3. Петренко М. І. Економіка підприємства : [навч. посібник] / М. І. Петренко, А. Г. Драбовський. – Вінниця : Консоль, 2010. – 276 с.
4. Петрович Й. М. Економіка підприємства / Петрович Й. М., Кіт А. Ф., Семенів О. М. ; за заг. ред. Й. М. Петровича. – Львів : "Новий Світ - 2000", 2004. – 448 с.
5. Резолюція з'їзду легкої промисловості «Конкурентна легка промисловість – заможна країна» від 29 березня 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ukrlegprom.org.ua/ua/golovni_podiiii/rezolycija.html

Надійшла 02.04.2011

УДК 658.562

О. В. ГАЛКІН

Сумський національний аграрний університет

ВИЗНАЧЕННЯ ВНУТРІШНІХ СУБ'ЄКТІВ КОНТРОЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті досліджено питання визначення внутрішніх суб'єктів контролювання з погляду як вітчизняних, так і закордонних авторів. На основі проведеного аналізу узагальнено суб'єкти внутрішньогосподарського контролю, рекомендовані для різних видів сільськогосподарських підприємств, а також побудовано ієрархію суб'єктів внутрішнього контролю в сільськогосподарському підприємстві.

The question of defining the internal control subjects in terms of domestic as well as foreign authors are researched in the article. Based on the analysis summarized the subjects' internal controls recommended for various types of agricultural enterprises and built a hierarchy of subjects of internal control in the agricultural enterprise.

Ключові слова: контролювання, контроль, внутрішні суб'єкти контролювання, суб'єкт контролю, сільськогосподарське підприємство.

Постановка проблеми в загальному вигляді. В умовах розвитку та функціонування сільськогосподарських підприємств невід'ємною складовою їх ефективного управління виступає контролювання діяльності суб'єкта господарювання як рятівного інструмента господарського механізму

будь-якого способу виробництва. На рівні управління окремими економічними одиницями, тобто мікроекономічному рівні, виділяють зовнішнє контролювання, що відбувається під керівництвом зовнішніх по відношенню до сільськогосподарських підприємств суб'єктів управління, та внутрішнє контролювання, у якому приймають участь виключно суб'єкти досліджуваного підприємства. Так, органи державного управління, контрагенти відповідно до фінансово-господарських договорів, інвестори, громадськість, споживачі відносяться до категорії суб'єктів зовнішнього контролювання, у той час як власники підприємств, представники адміністрації підприємств та персонал належать до внутрішніх суб'єктів контролювання діяльності сільськогосподарських підприємств. Ефективність функціонування суб'єктів господарювання залежатиме від того, наскільки ефективно буде скорегована організація внутрішнього контролювання фірми, яка у подальшому впливатиме на планомірне зовнішнє контролювання та ефективність суспільного виробництва, що й обумовлює актуальність обраної тематики дослідження.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питаннями, пов'язаними з контролем діяльності підприємств, займалися як вітчизняні, так і зарубіжні автори, зокрема: М. Альберт [1], В. Бурцев [2], Р. Дафт [3], Д. Деченсо [4], Коултер [5], Е. Кочерін [11], М. Малишевська [6], М. Мейсон [1], Мері [5], Л. Нападовська [10], В. Пантелеєв [7], С. Робінс [4–5], Р. Сагайдак [8], П. Стефан [4], П. Стівен [5], Ф. Хедоурі [1] та інші. Однак моменти, що стосуються визначення внутрішніх суб'єктів контролювання безпосередньо діяльності сільськогосподарських підприємств, не знайшли широкого висвітлення у наукових роботах дослідників.

Формулювання цілей статті. Метою даного дослідження є ідентифікація внутрішніх суб'єктів контролювання діяльності сільськогосподарських підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. На сьогоднішній день за наявності нестабільної законодавчої бази, мінливої економічної ситуації в країні, розгалуженості соціального становища суб'єктів господарювання виникає необхідність у створенні такої внутрішньоорганізаційної управлінської системи, яка передбачала б можливі негативні зміни у діяльності підприємств усіх форм власності. Незамінним інструментом здійснення таких побажань виступає вид управлінської діяльності процес контролювання, сутність якого полягає у миттєвому виявленні відхилень у роботі організації, що були спричинені впливом факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, та усунення виокремлених недоліків чи внесення коректив, тобто створення гідних умов, для втілення певної стратегії підприємства у реальність. Відповідно суб'єктом контролювання виступає той, хто проводить систематичний нагляд і контролюючі дії над об'єктом контролювання. Таким чином, в процесі управління сільськогосподарським підприємством відбувається зворотній зв'язок між суб'єктом та об'єктом контролювання, адже під час спостереження та постійного контролювання дій об'єкта наглядач, тобто суб'єкт, отримує інформацію від нього. Тож об'єкт управління у сільськогосподарському підприємстві, який не контролюється суб'єктом управління, за лічені місяці набуває статусу некерованого, його роль у підприємстві втрачається, а досягнення поставлених цілей керівником організації стає неможливим.

Умовно всіх суб'єктів контролювання діяльності сільськогосподарських підприємств можна поділити на зовнішніх та внутрішніх. У випадку проведення контролювання з ініціативи зовнішніх органів, таких як органи державної влади, кредитори, інвестори, зовнішні аудитори, то воно здійснюється зовнішніми суб'єктами контролювання. Якщо контролювання проходить з ініціативи підприємства, то даний процес відбувається за допомогою суб'єктів внутрішнього керування, зокрема власників організації, виконавчих органів, працівників підприємства, а також залучених суб'єктів. Отже, внутрішніми суб'єктами контролювання можуть бути: 1) окрема особа – власник, керівник, начальник відділу або служби підприємства тощо; 2) орган – наглядова рада, ревізійна комісія, інвентаризаційна комісія тощо; 3) інший суб'єкт – аудиторська фірма.

Так, закордонні вчені Р. Дафт [3] та С. Робінс [4–5] досліджуючи підприємства різних форм власності наділяють саме менеджерів усіма обов'язками та правами суб'єктів контролю діяльності. Р. Дафт говорить про контроль, як про найважливіше завдання менеджера кожного підприємства [3, с. 721]. У той час як Л. Г. Дідківська, П. Л. Гордієнко та Кочерін Е. А. роблять наголос на тому, що суб'єктами контролю можуть бути як група людей, так і організація, що наділені відповідними повноваженнями. На їх думку, в якості таких суб'єктів можуть виступати державні, відомчі органи, громадські організації, колективні та колегіальні органи управління, лінійний та функціональний апарат суб'єктів господарювання [9, с. 396–397; 11, с. 15]. Ми можемо зробити висновок про те, що дане коло науковців розглядає внутрішніх та зовнішніх суб'єктів контролю у нерозривній сукупності, навіть не розмежовуючи їх.

Л. В. Нападовська, зазначаючи, що система управління сільськогосподарського підприємства складається із відповідних рівнів управління, з якими пов'язані конкретні менеджери, говорить про основні суб'єкти контролю, визначаючи вище керівництво підприємства, керівників середнього рівня, керівників центрів відповідальності, окремих робітників та громадські організації [10, с. 59]. Авторка вважає, що саме такого роду класифікація є вичерпною і створює умови для всебічного вирішення організаційних питань щодо контролювання діяльності підприємств на усіх рівнях управління.

Особливу увагу необхідно звернути на думку В. П. Пантелеєва, який, досліджуючи сутність суб'єктів внутрішньогосподарського контролю підприємства, акцентує увагу на тому, що до суб'єктів

контролю належить власник (учасник) організації, керівники вищої та середньої ланок управління, менеджери первинного рівня, працівники, службовці, створені на підприємстві контролюючі органи, особи, залучені для проведення контролю [7, с. 38]. Погляд В. П. Пантелеєва приводить до того, що за функціональним призначенням внутрішнє контролювання сільськогосподарського підприємства має на меті проведення наступних головних видів контролю: 1) адміністративний контроль; 2) внутрішній контроль, який здійснює бухгалтерія; 3) внутрішній аудит; 4) фінансово-економічний контроль; 4) правовий контроль; 5) кадровий, технологічний та технічний контроль; 6) контроль, спрямований на створення безпеки підприємства. Безумовно, таке групування внутрішнього контролю сільськогосподарського підприємства не лише охоплює його основних суб'єктів контролювання, але й водночас надає їм можливість застосувати власні повноваження, виходячи із особливостей об'єктів контролю та поставлених цілей організації. Так, головними суб'єктами внутрішнього контролю підприємства В. П. Пантелеєв виділяє власника та керівництво, спеціалістів при виконанні ними функціональних обов'язків; органи управління та контролю відповідно до засновницьких документів підприємства (ревізійна комісія, спостережна рада, аудиторський комітет, комісія із розслідування надзвичайних подій, інвентаризаційні та інші комісії); персонал бухгалтерії разом з головним бухгалтером, бухгалтерів-ревізорів, що здійснюють операції з внутрішнього контролю; службу внутрішнього аудиту, службу нагляду; контролерів, ревізорів, інших посадових осіб підприємства, що виконують спеціальні контролюючі дії (технологічний контроль, санітарний контроль, оціночна комісія та ін.); службу безпеки підприємства, аналітичну службу; сторонні організації, у тому числі зовнішні аудиторські фірми; усіх працівників та службовців підприємства, що здійснюють самоконтроль; органи самоврядування та представників трудового колективу, що здійснюють громадський, тобто соціальний, контроль [7, с. 38].

Обґрунтовуючи доцільність впровадження відповідних суб'єктів внутрішньогосподарського контролю саме для різних видів сільськогосподарських підприємств, посилаючись на законодавче регламентування та з урахуванням діючої практики щодо внутрішнього контролювання підприємств, Р. А. Сагайдак акцентує увагу на тому, що діяльність різних суб'єктів внутрішньогосподарського контролю сільськогосподарських підприємств зумовлена вирішенням різноманітних завдань, які поставлені перед ними – контроль за збереженням активів і забезпеченням виконання зобов'язань, забезпечення менеджменту підприємства достовірною та необхідною бізнес-інформацією, а також різним характером залежності та відмінностями в організації роботи (табл. 1) [8, с. 13].

Таблиця 1

Суб'єкти внутрішньогосподарського контролю, рекомендовані для різних видів сільськогосподарських підприємств

Суб'єкти контролю	Види підприємств							
	приватні підприємства	товариства з обмеженою відповідальністю	фермерські господарства (великі й середні)	фермерські господарства (малі)	сільськогосподарські кооперативи	акціонерні товариства	міжгосподарські товариства	державні підприємства
Власники	+	+	+	+	+	+	+	
Спостережна рада						+		
Правління		+			+	+	+	
Ревізійна комісія		+			+	+	+	
Служба внутрішнього аудиту	+		+					
Керівники і спеціалісти підприємства	+	+	+	+	+	+	+	+
Обліково-економічний і планово-фінансовий відділи, бухгалтерія	+	+	+		+	+	+	+
Інвентаризаційна комісія	+	+	+		+	+	+	+
Робітники	+	+	+	+	+	+	+	+

Джерело: побудовано автором за даними [8, с. 12–13].

Ми поділяємо думку В. В. Бурцева [2, с. 33] та Р. А. Сагайдака [8, с. 11], що під суб'єктом внутрішнього контролювання сільськогосподарського підприємства необхідно розглядати власника (учасника) або працівника підприємства, що здійснюють контролюючу діяльність при виконанні покладених на них функціональних обов'язків або лише на підставі відповідних прав. Тому всіх суб'єктів внутрішнього контролювання доцільно розподілити за відповідними рівнями значущості з урахуванням

закріплених за ними функцій внутрішньогосподарського контролю (табл. 2). Запропонована класифікація ґрунтується на ознаці значущості суб'єктів внутрішнього контролювання сільськогосподарського підприємства. У теоретичному аспекті, тобто за умов ідеальної системи внутрішнього контролю, та у реальному житті значущість конкретного суб'єкта може підвищуватись або знижуватись залежно від його особистого внеску в сукупну контролюючу діяльність. Так, наприклад, якщо член ревізійної комісії не виступає учасником чи працівником певної організації, то він вважається суб'єктом внутрішнього контролювання лише у період виконання відповідних обов'язків.

Таблиця 2

Ієрархічна побудова суб'єктів внутрішнього контролю в сільськогосподарському підприємстві

Суб'єкти внутрішнього контролю	Можливі функції
1. Суб'єкти внутрішньогосподарського контролю 1-го рівня (учасники (власники) підприємства, спостережна рада, правління)	Виконання загального контролю безпосередньо або за допомогою незалежних експертів (у тому числі зовнішніх аудиторів)
2. Суб'єкти внутрішньогосподарського контролю 2-го рівня (ревізійні комісії, працівники служби внутрішнього аудиту, інвентаризаційна комісія)	Виконання суто контрольних функцій згідно з внутрішніми нормативними документами чи функціональними обов'язками
3. Суб'єкти внутрішньогосподарського контролю 3-го рівня (працівники функціональних служб і відділів)	Виконання контрольних функцій для реалізації своїх посадових обов'язків
4. Суб'єкти внутрішньогосподарського контролю 4-го рівня (робітники)	Виконання контрольних функцій безпосередньо в процесі господарської діяльності

Джерело: побудовано автором за даними [2, с. 33; 8, с. 11].

Висновки. За проведеними нами дослідженнями, ми прийшли до висновку, що переважна більшість науковців взагалі не розмежовують поняття контролю та контролювання як у сільськогосподарських підприємствах, так і на підприємствах усіх форм власності, а відповідно і їх суб'єктів, що й обумовлює обмеженість визначення переліку суб'єктів контролювання діяльності підприємства. На нашу думку, власне поняття контролювання є набагато ширшим, ніж поняття контроль, тому що контролювання виступає в якості систематичного та безперервного процесу, який охоплює всю діяльність сільськогосподарського підприємства та окремі його частини, обов'язки та відповідальність за його здійснення повинні бути чітко визначені й раціонально розподілені між усіма учасниками господарської діяльності; у той час як контроль виступає лише в якості елемента цього процесу, дія, яка відбувається у певний проміжок часу. При формуванні сучасної системи суб'єктів внутрішнього контролювання діяльності фірми, передусім, необхідно враховувати різноманіття форм власності, видів діяльності та організаційно-правового статусу підприємства, а гарантією якісного контролювання діяльності сільськогосподарського підприємства є професійна компетентність осіб, які його здійснюють.

Література

1. Мейсон М. Х. Основы менеджмента / М.Х. Мейсон, М. Альберт, Ф. Хедоури ; [пер. с англ.]. – М. : Дело, 1998. – 704 с.
2. Бурцев В. В. Внутренний контроль: основные понятия и организация проведения / В. В. Бурцев // Менеджмент в России и за рубежом. – 2002. – № 4. – С. 29–40.
3. Дафт Р. Менеджмент / Р. Дафт ; пер. с англ. – [6-е изд.]. – СПб. : Питер, 2007. – 864 с.
4. Основы менеджмента / С. П. Робінс, П. Стефан, Д. А. Деченсо, А. Девід ; [пер. с англ. А. Олійник та ін.]. – К. : Вид-во Соломії Павличко “Основи”, 2002. – 671 с.
5. Менеджмент / Роббинз, П. Стивен, Коултер, Мери ; пер. с англ. – [8-е изд.]. – М. : Издательский дом “Вильямс”, 2007. – 1056 с.
6. Малышевская М. Внутренний контроль в банке: проблемы и парадоксы / М. Малышевская // Бухгалтерия и Банки. – 2005. – № 8. – С. 19–25.
7. Пантелеев В. П. Внутрішньогосподарський контроль: методологія та організація : [монографія] / Пантелеев В. П. – К. : ДП “Інформ.-аналіт. агентство”, 2008. – 491 с.
8. Сагайдак Р. А. Внутрішній контроль в управлінні сільськогосподарськими підприємствами : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.09 “Бухгалтерський облік, аналіз та аудит” (за видами економічної діяльності) / Сагайдак Роман Анатолійович. – К., 2008. – 23, [1] с.
9. Дідківська Л. Г. Менеджмент : [навч. посібн.] / Л. Г. Дідківська, П. Л. Гордієнко. – К. : Алеута, КНТ, 2007. – 516 с.
10. Нападовська Л. В. Внутрішньогосподарський контроль в ринковій економіці : [монографія] / Нападовська Л. В. – Дніпропетровськ : Наука і освіта, 2000. – 224 с.
11. Кочерин Е. А. Децентрализация без потери контроля / Е. А. Кочерин // Контроллинг. – 1991. – № 1. – С. 14–20.

Надійшла 08.04.2011

РОЛЬ ОЦІНКИ РИЗИКУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Розглянуто основні передумови та проблематику оцінки ризику інвестиційної діяльності для забезпечення фінансової безпеки аграрних підприємств. Проаналізовано динаміку іноземного інвестування України та Росії. Визначені основні причини виникнення ризику. Охарактеризовано методи нейтралізації ризиків інвестиційної діяльності.

The basic prerequisites and issues of risk assessment of investment activity for the financial security of agricultural enterprises. The dynamics of foreign investment in Ukraine and Russia. The main causes of risk. The methods of neutralizing the risks of investment.

Ключові слова: інвестиції, інвестиційні ризики, фінансова безпека суб'єктів господарювання, страхування ризиків, аграрні підприємства.

Україна щодня стикається з проблемою невизначеності на всіх рівнях. Це ж саме стосується і безпеки підприємства. Через непередбачуваність економічної, політичної та зовнішньоекономічної політики мікроекономічне прогнозування та планування має низький рівень реалізації. А це, у свою чергу, впливає на порушення діяльності підприємства та підриває його фінансову безпеку. Однією зі стратегічно важливих складових діяльності аграрних підприємств є інвестиційна діяльність. Аграрний сектор – важлива складова економіки країни. В умовах кризового стану економіки важливе значення належить оптимізації інвестиційної діяльності аграрних підприємств та підняття рівня їх фінансової стабільності.

Найважливішою складовою економічної безпеки підприємства є фінансова. Її значимість не залежить від галузевої специфіки підприємства. Це обґрунтовується, насамперед, самою сутністю підприємства, тобто господарською діяльністю, яка спрямована на отримання максимального прибутку або підприємницького доходу. Крім того, саме фінансові результати та фінансовий стан підприємства характеризують його спроможність пристосовуватися до змін у зовнішньому середовищі та адаптуватися до існуючого ринкового механізму [1, с.80]. Під фінансовою безпекою підприємства розуміють стан всебічної захищеності та збалансованості ієрархічної системи фінансових інтересів підприємства, важливою складовою якої є інвестиційна діяльність, що характеризує рівень розвитку суб'єктів господарювання, прагнення до науково-технічного прогресу, здатність до об'єктивного розподілу зовнішніх та внутрішніх фінансових ресурсів. Також наявність зовнішнього та іноземного інвестування свідчить про високий позитивний імідж підприємства та довіру зі сторони закордонних партнерів.

За визначенням Щукіна Б.М.: "Інвестиції завжди орієнтовані на майбутнє і тому пов'язані зі значною невизначеністю економічної ситуації та поведінкою людей" [2]. Звідси слідує ситуація високої вірогідності невиконання інвестиційних планів аграрних підприємств через ряд об'єктивних та суб'єктивних причин. Тому для забезпечення фінансової безпеки, необхідно проводити комплексний аналіз діяльності підприємства, важливою складовою якого є оцінка інвестиційних ризиків.

Рівень інвестиційної привабливості сільського господарства країни в цілому та аграрних підприємств залишається на низькому рівні [3]. Але потенціальні можливості цього напрямку досить високі, що обумовлено загальносвітовою продовольчою кризою та унікальністю природно-географічного положення України. Однією з основних причин банкрутства значної частини сільськогосподарських підприємств є незадовільний стан матеріально-технічної бази, що спричинено низькою платоспроможністю сільськогосподарських товаровиробників. При цьому, аналізуючи досвід провідних підприємств галузі, варто відмітити, що досягти високої ефективності сільськогосподарського виробництва можливо завдяки вдалої інвестиційної діяльності. Проведемо аналіз стану іноземного інвестування України. У таблиці 1 відображено обсяг іноземних інвестицій в економіку України за основними країнами-інвесторами протягом 2008–2010 рр.

Виходячи з даних таблиці 1, в середньому за досліджуваний період в економіку України було залучено 40117,1 млн дол. США. Найбільший обсяг прямих іноземних інвестицій припадає на 2010 р. (44708,0 млн дол. США), а найменше – у 2008 р. (35616,4 млн дол. США). Виходячи з цього, можемо стверджувати про зростання зацікавленості міжнародних інвесторів у розвитку нашої національної економіки. У першу трійку країн-інвесторів входять Кіпр (середній обсяг надходжень аналізований період 8718,0 млн дол. США) та Нідерланди (середній обсяг надходжень аналізований період 3969,1 млн дол. США). Проведений аналіз відображає високий рівень фінансових надходжень в Україну. Росія виступає найближчим вагомим стратегічним партнером України, яка історично мала вагомий вплив на її становлення та розвиток. Тому країни, які інвестують фінансові ресурси в економіку Росії зацікавлені і Україною, яка територіально є досить близькою. У таблиці 2 проаналізуємо обсяг іноземних інвестицій в економіку Росії за основними країнами-інвесторами.

Аналізуючи дані таблиці 2, помічаємо, що для Росії, так само як і для нашої держави, Кіпр є найвагомим джерелом іноземних інвестицій. У середньому за 2008-2010 рр. Кіпр залучив 30035 млн дол.

США, що більше у 3 рази більше, ніж надходження в Україну. Помітним є той факт, що у 2010 р. у 7,4 рази збільшився обсяг іноземних інвестицій в Росію з Кіпру, досягши таким самим значення 61961 млн дол. США – найвищого показника серед країн-інвесторів. В цілому в середньому за аналізований період у рік надійшло прямих іноземних інвестицій на суму 100147 млн дол. США. Нідерланди та Німеччина входять у п'ятірку найбільших інвесторів Росії та, як зазначалося вище, України. Значні фінансові ресурси надходять також і від Японії та Китаю (у 2010 р. обсяг інвестицій з цих країн становив відповідно 5373 та 12979 млн дол. США), але для України ці країни не є вагомими іноземними інвесторами, хоча потенційні можливості досить високі. Помітним є той факт, що Сполучені Штати Америки та Швеція не входять у 10 найбільших інвесторів Росії, хоча у нашій країні вони мають значну частку у структурі країн-інвесторів.

Таблиця 1

Обсяг іноземних інвестицій в економіку України за основними країнами-інвесторами, млн дол. США

Країни-інвестори	роки			В середньому за 2008-2010 рр.	Номер у ранжованому ряду
	2008	2009	2010		
Всі інвестиції	35616,4	40026,8	44708,0	40117,1	-
із них:					
Кіпр	7646,2	8593,2	9914,6	8718,0	1
Німеччина	6393,0	6613,0	7076,9	6694,3	2
Нідерланди	3197,4	4002,0	4707,8	3969,1	3
Російська Федерація	1847,2	2674,6	3402,8	2641,5	4
Австрія	2443,8	2604,1	2658,2	2568,7	5
Сполучене королівство	2249,8	2375,9	2298,8	2308,2	6
Франція	1231,2	1640,1	2367,1	1746,1	7
Сполучені Штати Америки	1464,6	1387,1	1192,4	1348,0	10
Віргінські острови (Британські)	1294,0	1371,0	1460,8	1375,3	9
Швеція	1262,8	1272,3	1729,9	1421,7	8

Таблиця 2

Обсяг іноземних інвестицій в економіку Росії за основними країнами-інвесторами, млн дол. США

Країни-інвестори	роки			В середньому за 2008-2010 рр.	Номер у ранжованому ряду
	2008	2009	2010		
Всі інвестиції	103769	81927	114746	100147	-
із них:					
Люксембург	7073	11723	35167	17988	3
Нідерланди	14542	11640	40383	22188	2
Китай	1239	9757	27940	12979	6
Кіпр	19857	8286	61961	30035	1
Німеччина	10715	7366	27825	15302	4
Сполучене королівство	14940	6421	21578	14313	5
Швейцарія	3062	3586	3765	3471	10
Японія	4077	3020	9022	5373	8
Франція	6157	2491	10343	6330	7
Віргінські острови (Британські)	3529	1792	7535	4285	9

Таким чином, виходячи з аналізу даних таблиці 1 та 2, можна стверджувати про високу важливість прямих іноземних інвестицій для розвитку економіки держави. Вагоме значення має також і цільове направлення зовнішніх фінансових ресурсів. У таблиці 3 та 4 відображено дані структури прямих іноземних інвестицій за деякими видами економічної діяльності Росії та України відповідно.

Виходячи з даних таблиць 3 та 4, можемо зробити висновок, що у обох аналізованих країнах сільське господарство у структурі іноземних інвестицій займає найнижчі позиції. Якщо в Україні у 2009-2010 рр. надійшло іноземних інвестицій на загальну суму 1626,7 млн дол. США (1,9-2,0 % у структурі іноземних інвестицій 2009 р. та 2010 р. відповідно), то в Росію сумарний обсяг фінансових ресурсів становив 903,0 млн дол. США (0,5-0,4 % у структурі іноземних інвестицій 2009 р. та 2010 р. відповідно). Перевага іноземних інвесторів у Росії належить обробній промисловості (33157 млн дол. США у 2010 р., 28,9 % до загальної структури аналізованого року). Зовнішні інвестори України надають перевагу промисловості (31,4-33,1%) та фінансовій діяльності (31,0-33,7%).

Таблиця 3

Структура іноземних інвестицій Росії за деякими видами економічної діяльності

Види економічної діяльності	Роки			
	2009		2010	
	млн дол. США	у % до заг. підсумку	млн дол. США	у % до заг. підсумку
Всього іноземних інвестицій	81927	100	114746	100
із них:				
Сільське господарство, полювання та лісове господарство	437	0,5	466	0,4
Видобуток корисних копалин	10327	12,6	13858	12,1
Обробна промисловість	22216	27,1	33157	28,9
Металургійна промисловість та виробництво готових металевих виробів	4494	5,5	7627	6,6
Операції з нерухомим майном, оренда та надання послуг	7937	9,7	7341	6,4

Таблиця 4

Структура іноземних інвестицій України за деякими видами економічної діяльності

Види економічної діяльності	Роки			
	2009		2010	
	млн дол. США	у % до заг. підсумку	млн дол. США	у % до заг. підсумку
Всього іноземних інвестицій	40026,8	100	44708,0	100
із них:				
Сільське господарство, мисливство та лісове господарство	793,0	2,0	833,7	1,9
Промисловість	13276,4	33,1	14042,6	31,4
Фінансова діяльність	12431,0	31,0	15059	33,7
Металургійна промисловість та виробництво готових металевих виробів	5557,1	13,9	5940,4	13,3
Операції з нерухомим майном, оренда, інжиніринг та надання послуг підприємствам	4268,5	10,7	4754,1	10,6

Від ефективної оцінки ризику інвестиційної діяльності аграрних підприємств залежить фінансова безпека суб'єктів господарювання. Серед найбільш вірогідних причин виникнення ризиків виділяють: зовнішньоекономічні; несприятливий політичний клімат у країні; не повна та не точна інформація, якою володіють учасники інвестиційного процесу під час впровадження проекту; нестабільність кон'юнктури ринку; висока вірогідність виробничо-технологічних ризиків; непередбачуваність дії учасників, їх ментальність; не стабільність економіки країни; зміна цінової політики країни; недобросовісність зовнішніх постачальників та підрядників; недостатній досвід учасників проекту.

Із метою кількісного аналізу рівня ризику застосовують ряд методів: метод експортних оцінок, ймовірно-статистичний, коефіцієнт варіації, бета-коефіцієнта, розрахунок терміну окупності проекту, метод аналогій, метод відсоткових ставок з поправкою на ризик, метод критичних значень та інші.

До найбільш розповсюджених методів нейтралізації інвестиційних ризиків належать: метод диверсифікації, страхування, хеджування та розподілу інвестиційних ризиків. Під диверсифікацією розуміється інвестування фінансових ресурсів у більш ніж один вид активів, тобто процес розподілу інвестицій між різними об'єктами вкладення, які між собою безпосередньо не пов'язані. Одним із найбільш поширених способів запобігання або зменшення ризиків є страхування.

Страхування ризиків – це передача певних ризиків страховій компанії [4]. При аналізі важливо виділити групу ризиків, які можуть бути застраховані. Коли відбувається певна ризикова подія, інвестор має підстави сподіватися на відшкодування втрат, пов'язаних із цим ризиком. До ризиків, які підлягають страхуванню, належать: прямі майнові збитки, пов'язані з перевезеннями, роботою обладнання, поставкою матеріалів; непрямі збитки, спричинені демонтажем і переміщенням пошкодженого майна, повторним встановленням обладнання, неодержанням орендної плати; ризики, що підлягають обов'язковому страхуванню (від нещасних випадків на виробництві, захворювань, пошкодження майна, викрадення транспортних засобів). Страхування поширюється тільки на інвестиційний процес і не охоплює об'єктів, створених у результаті інвестицій. До таких видів страхування належать: страхування будівництва; страхування на випадок зриву поставок будівельних матеріалів під час будівництва; страхування кредитів, що йдуть на забезпечення інвестицій тощо. Ринкові відносини розширили сферу страхування фінансового ризику підприємств і включають, поряд із страхуванням, одержання прибутку, страхування рівня цін, стабільності надходжень сировини від постачальників тощо. Поряд із добровільним, існує обов'язкове страхування майна і медичне страхування, що передбачається кошторисом витрат підприємства. Але існують такі види ризику, які не можуть охоплюватися страховими компаніями. Це ризики, пов'язані з

нестабільністю внутрішньополітичного життя країни, до якої спрямовуються інвестиції. До них належать можливі втрати, пов'язані з конфіскацією, громадянською війною, зміною політичного курсу уряду, зміною суспільно-політичного устрою тощо. Страхування подібних ризиків передбачає створення державних гарантійних фондів, які повинні забезпечити певні гарантії інвестицій приватних осіб в економіку тієї чи іншої країни.

У бізнес-плані зазначаються заходи щодо видів ризику, які не підлягають страхуванню – через неправильний вибір проекту, коливання кон'юнктури ринку, зміну цін і попиту, соціальну нестабільність. З цією метою на підприємстві може створюватись фонд комерційного ризику, величина якого коливається від 5 до 15 % прибутку [4]. Далі переглядається рентабельність справи з урахуванням заходів, що плануються. Хеджування – це процес страхування ризику від можливих збитків шляхом переносу ризику зміни ціни з однієї особи на іншу. Хеджування здійснюється через укладення контракту, який призначений для страхування ризиків зміни ціни – хеджа між стороною, що страхує ризик (хеджером), та стороною, що бере ризик на себе (спекулянт). Предметом контракту можуть бути різні активи – товари, валюта, акції, облігації тощо. Хеджування може здійснюватись на підвищення або зниження цін. Хеджер прагне знизити ризик, спричинений невизначеністю цін на ринку, продаючи форвардні, ф'ючерсні чи опціонні контракти. Це дозволяє спрогнозувати доходи чи витрати, хоча ризик не зникає. Його бере на себе спекулянт, який іде на одержання прибутку, граючи на різниці цін.

У сучасній практиці широке розповсюдження отримав механізм розподілу ризиків. Розподіл інвестиційних ризиків – це частковий трансферт партнерам фінансових ризиків за окремими операціями. На практиці застосовуються наступні напрями розподілу ризиків:

1. Розподіл ризиків між учасниками інвестиційного проекту. Підприємство може передати підрядникам ризику, пов'язані з невиконанням календарного плану будівельно-монтажних робіт, їх низькою якістю тощо.

2. Розподіл ризику між підприємством і постачальниками сировини та матеріалів. Його предметом є фінансові ризики, які пов'язані із втратою (псуванням) майна (активів) у процесі їх транспортування і здійснення вантажно-розвантажувальних робіт. Форми такого розподілу ризиків регулюються відповідними міжнародними правилами «ІНКОТЕРМС- 90».

3. Розподіл ризику між учасниками лізингової операції. Наприклад, при операційному лізингу підприємство передає орендодавцю ризик морального старіння використаного активу, ризик втрати ним технічної продуктивності (за умов дотримання встановлених правил експлуатації), а також інші ризики, що обговорюються в контракті [5].

Використовуючи комплексний аналіз інвестиційних ризиків, та враховуючи їх результати у діяльності аграрного підприємства, можна забезпечити високу фінансову безпеку суб'єктів господарювання. Слід зазначити, що найменший рівень ризику інвестиційного проекту є найбільш бажаним для потенційного інвестора, оскільки свідчить про гарантію отримання доходу, збереження коштів та мінімізацію збитків. Саме тому інвестори в умовах економічної невизначеності повинні враховувати вплив інвестиційних ризиків на підприємницьку діяльність з метою забезпечення фінансової безпеки суб'єктів господарювання.

Таким чином, роль оцінки ризику інвестиційної діяльності для забезпечення фінансової безпеки аграрних підприємств є досить значною. Від своєчасності та вірності оцінки рівня ризику залежить кінцевий результат діяльності підприємства. Серед найбільш вірогідних причин виникнення ризику виділяють несприятливий політичний клімат в країні, неповну та неточну інформацію, якою володіють учасники інвестиційного процесу під час впровадження проекту, не стабільність економіки країни та недостатній досвід учасників інвестиційної діяльності. Нейтралізація ризиків можлива при використанні методу диверсифікації, страхуванні, хеджуванні та розподілі інвестиційних ризиків. Реальна оцінка та вчасне запобігання ризиків інвестиційної діяльності дає змогу забезпечити високу фінансову безпеку аграрним підприємствам.

Література

1. Донець Л.І. Економічна безпека підприємства : [навч. посібник] / Л.І. Донець, Н.В. Ващенко. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 240 с.
2. Щукін Б. М. Інвестування : [курс лекцій] / Щукін Б.М. – К. : МАУП, 2004. – 216 с.
3. Гайдуцький П.І. Аграрна реформа: на порозі реструктуризації / П.І. Гайдуцький // Агроінком. – 1997. – № 8-9. – С. 10–21.
4. Горбач Л.М. Страхова справа Страхова справа : [навч. посібник] / Горбач Л.М. – [2-е вид., випр.]. – К. : Кондор, 2003. – 252 с.
5. Одинцов А.А. Защита предпринимательства (экономическая и информационная безопасность) : [учебное пособие] / Одинцов А.А. – М. : Международные отношения, 2003. – 328 с.

Надійшла 08.04.2011

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ВАРТОСТІ КАПІТАЛУ КОМПАНІЇ

У статті розглянуто необхідність стратегічного планування вартості компанії як орієнтира для прийняття рішень на всіх рівнях управління. А також визначена методика здійснення такого планування та проаналізовано показники, за якими планується вартість капіталу компанії.

The article reviews the need for strategic planning of companies' value as a guide for decision making at all levels of government. And also the methodology of such planning and analysis of indicators, which will cost the company assets.

Ключові слова: стратегічне планування, управління.

Постановка проблеми. З кожним роком все більше науковців і практиків звертають свою увагу на необхідність стратегічного планування в компанії в цілому та планування вартості капіталу компанії зокрема. Це пов'язано з тим, що маючи більш високу вартість капіталу підприємство набуває ряд конкурентних переваг, стає більш прибутковим, стабільним та привабливішим для контрагентів, а отже приносить додатковий дохід його власникам, а це і є основною метою підприємницької діяльності.

Аналіз досліджень і публікацій. На сьогоднішній день проблему планування і формування вартості капіталу компанії досліджує значна кількість науковців та практиків. Серед них Авиетта Павлова – кандидат економічних наук, доцент, Олександр Ідрисов – управляючий партнер Strategy Partners (група «Про-Інвест»), Ольга Волгогонова – кандидат економічних наук, професор та інші.

Завдання статті: дослідити проблему стратегічного планування та формування вартості капіталу компанії у нашій країні та закордоном; визначити методику здійснення такого планування та проаналізувати показники, за якими планується вартість капіталу компанії.

Виклад основного матеріалу. У процесі стратегічного планування враховуються інтереси не лише підприємства (акціонерів, засновників), але і споживачів, постачальників, працівників, уряду, позикодавців, інвесторів, місцевого товариства та інших взаємодіючих суб'єктів (фіскальні служби і т. п.). Ці інтереси відображаються в цінній політиці, податковому плануванні, підвищенні споживчої вартості товару, в системі підвищення фінансової стійкості і підвищенні вартості капіталу компанії. В ринковій економіці найбільш зацікавленими у підвищенні ефективності підприємства є власники підприємства, тому їх інтереси є головними (домінуючими), а інші інтереси відносяться до категорії супутніх. Так як власники вкладають свої кошти в статутний капітал на початковому етапі створення бізнесу і при цьому ризикують, то в міру розвитку бізнесу вони вправі очікувати зростання вартості своєї частки капіталу, а отже, і збільшення вартості капіталу всієї компанії.

У зв'язку з цим на зборах засновників основними критеріями оцінки діяльності адміністрації (чи вищої ланки управління) є темпи зростання ринкової і реальної (дійсної) вартості капіталу фірми, величина капіталізації (вартості компанії) і рентабельність акціонерного капіталу (активів фірми), тобто віддача капіталу через рівень прибутковості.

У соціально орієнтованій ринковій економіці, характерній для країн Європи та Азії, акцент більшою мірою зміщується на зростання соціальної захищеності працівників (через збільшення вартості робочої сили) і загальної суспільної значимості підприємства в своїй країні. На таких підприємствах працівники мають право брати участь у прийнятті рішень з кадрових та соціальних проблем на підприємстві за допомогою ради робітничих, тобто рада керуючих (рада директорів) спільно з радою робочих розробляє кадрову та соціальну стратегічну політику.

У вільній ринковій економіці, яскравим представником якої є США, власники компаній орієнтуються на розвиток фірми, перш за все, з метою підвищення вартості капіталу, тобто головним є дотримання інтересів акціонерів. Важлива відмінність між США та Європою полягає також в ступені концентрації власності на джерела капіталу і управління ними. Наприклад, в загальному обсязі німецьких боргових зобов'язань переважають інституційні (85% позикові і т. п. [1, с.38]), а не ринкові джерела.

Дуже мала частка корпоративних облігацій, що надійшли у відкритий продаж у Німеччині (0,14% загального обсягу облігацій в обігу [1, с.40]), в Японії такі облігації забезпечують 2,8% зовнішнього капіталу, а випуск простих акцій становить тільки 8,9%. Основними джерелами залученого зовнішнього капіталу є банки, страхові компанії, нефінансові комерційні корпорації (більше 60%) [2, с.3].

З огляду на особливості соціальної ринкової економіки, менеджери в цих умовах менш зацікавлені в створенні вартості компанії як стратегічного показника результатів діяльності.

Однак і у відкритій ринковій економіці, і в соціальній ринковій економіці вартість капіталів компанії як чинник існує і може являтися головним системоутворюючим показником стратегії розвитку компанії. Чим вище рівень цього показника, тим більше додана вартість, вище конкурентоспроможність, продуктивність праці та рівень зайнятості, а як наслідок, і ВВП на душу населення у вигляді показника рівня життя.

Результати багаторічних міжнародних досліджень фахівців підтвердили тісний зв'язок (високу

кореляцію) між ВВП на душу населення, продуктивністю праці та створенням вартості. Продуктивність визначалась зіставленням виробленого продукту до трудових витрат на його виробництво. Країни, що не здатні підвищувати продуктивність праці так само швидко, як конкуренти, будуть страждати від «втєчі» капіталу з країни, еміграції кваліфікованих фахівців і зниження рівня життя.

Віддзеркаленням показника вартості капіталу компанії є також додана ринкова вартість (ДРВ). Зміна ДРВ служить індикатором зростання (або падіння) створюваної вартості в планований період і являє собою величину зміни між ринковою і балансовою вартістю простих акцій (для акціонерних компаній) за даний період часу.

Аналогічно для інших форм власності підприємства ДРВ можна також вважати як різницю між ринковою вартістю компанії та реальною вартістю активів.

Наприклад, за 5-річний період показники ринкової та реальної балансової вартості активів (капіталу) підприємства склали:

- ринкова вартість компанії: у 1-й рік – 120 млн у.о.; у 5-й рік – 210 млн у.о.;
- дійсна балансова вартість активів: у 1-й рік – 66 млн у.о.; у 5-й рік – 110 млн у.о.

Додана ринкова вартість капіталу за 5 років буде дорівнювати:

- зміни ринкової вартості: $\text{Срин.} = 210 - 120 = 90$ млн у.о.;
- зміни дійсної балансової вартості: $\text{Среал. бал.} = 110 - 66 = 44$ млн у.о.;
- додана ринкова вартість: $\text{ДРВ} = 90 - 44 = 46$ млн у.о.

У законодавстві дійсна (або реальна, чиста) балансова вартість активів (капіталу) фірми визначається так:

$$\text{Среал.бал.} = \text{ОА} - \text{ДО} - \text{НМА}, \quad (1)$$

де ОА – загальна вартість активів (валюта балансу); ДО - сумарна величина боргових зобов'язань (короткострокових і довгострокових); НМА- величина нематеріальних активів, відображена в балансі.

Для закритих акціонерних товариств і підприємств інших фірм власності, де є труднощі в визначенні ринкової вартості капіталу через відсутність їх на фондовому ринку, можна використовувати показник зростання чистого балансової вартості активів (формула 1), що також буде характеризувати зміну вартості реального капіталу фірми, а отже, і конкретного засновника. У цьому випадку визначаються як зміни величини капіталізації фірми, так і темп її зростання.

З наведеного вище прикладу вимірювання реальної балансової вартості активів за 5 років склало: $\text{Среал. бал.} = 44$ млн у.о., а загальний темп зростання капіталізації за планований період – 66,6%: $\text{qзаг.} = (110-66) \cdot 100 / 66$. Це означає, що середньорічний темп розвитку склав $\text{qрічн.} = 13,3\%$. Однак, для кожного конкретного року темпи розвитку встановлюються різні, у відповідності зі стратегією управління активністю розвитку підприємства.

Стратегічні плани розробляються на основі прогнозування на достатньо тривалі періоди (більше 2 років), тому всі майбутні вартісні показники і грошові потоки приводяться до цього періоду (дисконтуються) і порівнюються з показниками на початок планованого (теперішнього) періоду, тобто враховується зміна цінності грошових коштів за плановий період.

Ринкова вартість компанії і дисконтова ні грошові потоки (що забезпечують зростання капіталу) взаємопов'язані.

Для планованої оцінки вартості капіталу на підставі руху майбутніх грошових потоків необхідно з'ясувати прогнозовані темпи зростання обсягу продажів і норми прибутку, потреби в оборотних коштах і капіталовкладеннях з урахуванням заходів щодо зниження затратомісткості корпоративної діяльності, а також інші показники (ліквідність і т. п.). Це означає, що для планування вартості конкретної компанії необхідно виявити ключові фактори, що впливають на її величину, тому що збільшення темпів зростання продажів на 1% або підвищення норми прибутку на 1% та інших показників по-різному впливають на зростання вартості капіталу.

При плануванні зростання вартості компанії необхідно підтримувати певну (раціональну) рівновагу між довгостроковими і короткостроковими цілями діяльності фірми і відповідно регулювати баланс і звіт про прибутки і збитки.

У створенні вартості підприємства активну участь беруть не стільки вища ланка управління, скільки менеджери середньої і нижньої ланок, оскільки від них залежать динаміка зниження питомих витрат, зростання продаж, торговельні витрати, якість товарів, дотримання строків відвантаження продукції і т. п. З огляду на таке положення, слід вважати процес планування вартості компанії комплексним процесом, що включає в себе всі аспекти управління бізнесом і враховує ключові фактори успіху компанії.

У процесі стратегічного планування важливим є не стільки вартісна оцінка зростання капіталу підприємства, скільки планування заходів, що забезпечують таке зростання. У цих заходах відзначається можливе зростання вартості за конкретним напрямком, наприклад, від реалізації інновацій приріст вартості очікується на 15%, від планованого прискорення оборотності оборотних коштів – на 5, від реального зростання цін – на 3, від зниження собівартості продукції і торгових витрат – на 4% (підвищення якості і т.

д.). Така цілеспрямованість забезпечує більш ефективне та збалансоване управління активністю розвитку компанії, виражене через показник вартості компанії.

Такий підхід підтверджує необхідність виявлення визначальних факторів зростання вартості та управління рівнем впливу цих чинників. Однак, необхідно враховувати, що ключові фактори можуть періодично змінювати свою значимість виходячи із зовнішніх і внутрішніх умов функціонування підприємства. Тому аналіз і виявлення ступеня впливу кожного чинника є обов'язковим елементом у системі планування. Крім того, фактори вартості взаємопов'язані, що також необхідно враховувати.

При формуванні стратегічного плану, зазвичай, аналізують різні прогностичні сценарії розвитку, де враховуються взаємодії факторів вартості. Після узгодження та затвердження стратегії розвитку, що забезпечує максимально можливу вартість компанії в планований період, розробляються цільові нормативи на короткостроковий і довгостроковий періоди. Такі цільові нормативи, виражені в конкретних показниках, являються критеріями оцінки ефективності управління того чи іншого менеджера.

Орієнтація на показник вартості капіталу підприємства та облік факторів формування вартості дозволяють розвивати економічне мислення у керівників всіх рівнів управління, так як виконуючи свої безпосередні посадові обов'язки (виробничі, маркетингові, збутові, постачальницькі та ін.) менеджер змушений визначати рівень віддачі від своєї діяльності з урахуванням зростання вартості компанії.

Необхідно відзначити, що зміна типу мислення вимагає досить тривалого часу для адаптації до нових інструментів планування. У перший рік реалізації системи стратегічного управління на основі вартості компанії, як правило, зусилля направляється на створення механізму забезпечення такого підходу, включаючи в себе:

- створення відповідної інформаційної бази;
- розробку методики визначення вартості компанії як для корпорації в цілому, так і для господарських (ділових) одиниць;
- проведення навчальних семінарів для керівників і фахівців з метою розвитку економічного мислення;
- розробку системи організаційного супроводу стратегічних планів;
- забезпечення відповідної інфраструктури для прийняття та реалізації планових рішень;
- розробку економічних моделей для моделювання планових рішень при різних сценаріях розвитку підприємства.

Висновки: Таким чином, стратегічне планування вартості компанії буде служити орієнтиром для прийняття рішень на всіх рівнях управління. Крім того, при цьому створюються умови для розвитку економічного мислення у менеджерів і працівників підприємства на основі аналізу ключових факторів вартості, що дозволить підвищити цілеспрямованість і результативність діяльності, а також уникнути підвищених витрат у процесі розвитку підприємства.

Література

1. Идрисов А. Стратегии: с чего начать и чем закончить? / А. Идрисов // Менеджмент і менеджер. – 2008. – № 11-12. – С. 36–40.
2. Павлова А. Планирование стоимости капитала компании / А. Павлова // Менеджмент і менеджер. – 2008. – № 3-4. – С. 2–6.
3. Волкогонова О. Слагаемые стратегического управления / О. Волкогонова // Менеджмент і менеджер. – 2008. – № 9-10. – С. 7–11.

Надійшла 09.04.2011

УДК 330.45

О. В. ГОРНЯК, Л. Х. ДОЛЕНКО

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ ТЕОРЕТИЧНИХ КОНЦЕПЦІЯХ

В статті розглянуто закономірності розвитку підприємства в економічній науці. Досліджено підходи до визначення структури та типів розвитку підприємств у сучасних теоретичних концепціях.

The article deals with patterns of enterprise development in economic science. Explored approaches to determining the structure and types of enterprise development in the modern theoretical concepts.

Ключові слова: підприємство, розвиток підприємства, зовнішній ріст, внутрішній ріст, глобальний ріст, цілі підприємства.

Теорія розвитку підприємства в сучасних умовах є важливою складовою мікро- та макроекономічного аналізу. В посткризовий період та в умовах певних рецидивів кризових явищ, що характерно для економіки 2010-2011 рр., напрямки розвитку підприємства важко визначити, особливо у

довгостроковій перспективі, але в той же час, як показала криза, ставка на короткострокові цілі розвитку підприємств не може забезпечити досягнення високого рівня розвитку.

В економічній теорії існують різні підходи до аналізу розвитку підприємства. З точки зору його структури та типів виділяють економічний, технологічний, комерційний, соціальний та організаційний розвиток. Економічний розвиток, що пов'язаний з макроекономічними проблемами, є домінуючим серед названих типів. Дослідження економічного розвитку визначають як принципову мету економічної науки. При цьому поєднуються категорії розвитку і зростання. Остання ближча до категорії довгострокового розвитку. Крім того, економісти розрізняють також категорії зростання і експансії.

Особлива увага приділяється зовнішньому зростанню підприємства. У класичному розумінні зовнішнє зростання стосується усіх дій розвитку шляхом купівлі фізичних активів «з okazji», які призводять до розширення виробничих можливостей підприємства. Згідно з І. Морваном, зовнішній ріст відповідає зростанню інвестицій фірмою завдяки привласненню інвестицій, які вже були реалізовані іншими підприємствами (X розвивається, поглинувши фізичні активи Y) [1, с.17].

Інші автори – А.П. Вебер, А.Бьєнайм – розширюють цю форму розвитку, додаючи операції повної купівлі, або часткової конкуруючих підприємств (адсорбція), а також зливання багатьох фірм [2, с.72; 3, с.35].

Третя категорія економістів або управляючих вважає, що будь-який контроль інших бізнес-груп також означає логіку зовнішнього зростання, в тому числі суто фінансові операції, такі як отримання контрольного пакету, міноритарний контроль або інші форми.

Наприклад, Р. Патюрель говорить, що у більшості випадків зовнішній ріст розглядається як розвиток контролю над попередньо існуючими засобами виробництва. Отже, такий контроль проводиться шляхом привласнення активів «з okazji» або прямо (привласненням фізичних активів), або непрямо (привласненням фінансових активів) [4].

Виходячи з такого визначення, можна стверджувати, що внутрішній ріст відповідає розвитку підприємства, яке саме створює нові засоби виробництва або придбає нові активи. Л. Столерю визначає його як розвиток підприємства, досягнутий «завдяки власним зусиллям на ринку і власним інвестиціям у виробничі потужності» [4], тоді як А. Бьєнайм використовує більш широке поняття – «експансія устаткування і виробничих потоків – кількісна, диверсифікована і якісна» [3, с.15].

Більшість визначень розвитку підприємства ґрунтується на патримоніальному аспекті, тоді як відмінність між внутрішнім і зовнішнім ґрунтується на критеріях «нові активи» або «активи okazji». Згідно з І. Морваном, внутрішній ріст характеризується створенням нових потужностей, тоді як зовнішній ріст відноситься до придбання вже існуючих діючих потужностей.

Однак Р. Патюрель відкидає ці концепції, які вважає неповними відповідно до рівняння: внутрішній ріст + зовнішній ріст = глобальному росту. Його дослідження показують, що є більш прийнятні критерії відмінностей: мова йде про можливість негайного використання нових придбань. Згідно з тим як комбінація засобів виробництва використовується на сучасному етапі або у майбутньому. Ми знаходимось у випадку зовнішнього росту, коли можливе продовження використання, або внутрішнього росту, якщо придбання не може саме по собі забезпечити результат. Цей новий критерій дає можливість застосувати поняття росту підприємств до інших сфер, окрім фізичних або фінансових активів [6]. Так, купівля торгової марки відноситься до внутрішнього росту, тоді як купівля дослідницької лабораторії буде частково елементом зовнішнього росту.

Теорія підприємства, оскільки вона розроблялась багатьма поколіннями економістів (здебільшого неокласиками) проголошувала, що єдиною ціллю фірми була максимізація прибутку. Отже, єдиним шляхом відкритим для підприємства була орієнтація на цю фінальну мету. Тому підприємство розглядалось як капітал, який управляється адміністративною організацією, покликаною комбінувати фактори виробництва для рентабельного створення благ для ринку. Цей капітал може бути переміщений з одного ринку на інший, якщо блага, які він виробляє, не користуються більше задовільним попитом, необхідним для забезпечення прибутку від використаних фондів. Ця концепція з єдиною і незмінною метою (прибуток) та умовами виживання широко критикується протягом десятків років, оскільки, навіть поняття прибутку є набагато складнішим, ніж це здається на перший погляд, так як прибуток існує у різних формах. Окрім цього, існує багато, крім прибутку, цілей: з одного боку, в економічній сфері, з іншого, – в соціальній. Як свідчить І. Морван, численні анкети серед керівників підприємств, як і велика кількість теоретичних досліджень, підтверджують невідповідність такої концепції умовам функціонування реальних підприємств [7, с.482].

Перша критична концепція була розроблена Т.Скітовські, який показав, що гіпотеза максимізації прибутку створює нереалістичну індиференцію підприємця на розподіл особистого часу (між роботою і відпочинком) незалежно від його доходів. Інші дослідження, не заперечуючи гіпотезу максимізації прибутку, підкреслюють або додають до неї інші змінні, такі як максимізація продаж, максимізація темпів росту тощо. Е.Пенроз підкреслює бажання керівників максимізувати темпи зростання їхніх організацій із задовільною рентабельністю для збільшення фінансового контролю діяльності.

Деякі дослідники оспороюють навіть саму ідею максимізації, пропонуючи ідею задовільності бажаним рівнем при досягненні запланованого порогу. Г. Мінцберг пропонує чотири типи цілей підприємств:

- виживання;
- ефективність;
- контроль;
- ріст.

Він пише, що, якщо головні відносини формуються на основі цих чотирьох цілей, це будуть відносини ієрархії, близькі до теорії ієрархії людських потреб А. Г. Маслоу. Втім, Г. Мінцберг вважає, що керівники організації можуть максимізувати свої цілі за рахунок інших, що розглядаються як вимушений крок: мова йде про «максимізацію» у розумінні намірів або нав'язування. Максимізація не означає, у цьому разі, краще; це означає вічний (постійний) примус [8, с. 356, 392].

Нарешті, уточнимо цілеспрямованість підприємства (організаційні цілі). Цілі, які диктуються системою (ціль системи), пояснюючи, що вони нерідко змішані внаслідок різних впливів. Також незалежно від досягнення головної мети, капіталістичне підприємство мусить підтримувати мінімальний прибуток для протистояння вимогам, невиконання яких може поставити під сумнів навіть його виживання.

Але якщо прагнення максимального прибутку не обов'язково є головною метою підприємства, то якою вона має бути?

Вже давно Дж. М. Кейнс описав еволюцію, яка призводить до досягнення головної мети. Він писав, що велике підприємство прийшло до такої стадії розвитку, коли власники капіталу – акціонери реалізували свої цілі через дирекцію, яка зацікавлена лише другорядно створювати прибуток і надає більшого значення стабільності й репутації фірми, ніж збільшенню доходів акціонерів за рахунок максимізації прибутку [9].

Слід також додати, що розмежування між власниками і менеджерами створює враження, що підприємства прагнуть за будь-якою ціною збільшувати прибуток. Але слід пам'ятати, що деякі керівники мають особисті цілі, які визначають розвиток підприємства. Серед цих цілей деякі автори наводять безпеку зайнятості, пошуки максимальної потужності, інші мають більш загальні цілі, такі як це представлено І. Х. Ансофом: збільшувати загальний капітал або отримати ліквідність (якщо керівники є власниками), створювати «соціалку» (або з метою непрямо економічною для підприємства, або з філантропічною метою), або збільшення чи зменшення ризику. Внаслідок цього шляхи розвитку підприємств мають бути дуже різноманітними і деякі серед них можуть, втім, бути швидко змінені внаслідок появи нових проблем. [10]

Мета підприємства – ключ до його розвитку, отже, дуже пов'язана з його акціонерами та ідеологією його співробітників, особливо керівників. Їх прагнення як щодо росту, так і цілей також впливають на спосіб оцінки економічного і фінансового розвитку підприємства.

Фінансова функція підприємства заключається в пошуку всіх необхідних засобів для реалізації мети – збільшення вартості. Під термінами вартості і оцінки приховуються багато різноманітних концепцій. Йдеться, перш за все, про основні способи визначення вартості підприємств згідно зі звичайною практикою фінансового управління. Це важливо тому, що спеціалісти вважають, що основною фінансовою метою підприємств є максимізація вартості фірми. Техніка оцінки дозволяє визначити кількісну оцінку підприємства; вона не дає нічого іншого як індикативну вартість з погляду на можливу купівлю або продаж підприємства. [11]

Найчастіше практикуються два методи:

- Перший надає перевагу поняттю патримонії або фізичним благам (активам), які належать підприємству. Спеціалісти вважають такий підхід спрямованим у минуле і звинувачують у недооцінці некорпоративних елементів (клієнтура, марка, компетенції).

- Другий метод ґрунтується на понятті рентабельності. Це більш глобальний підхід, який включає некорпоративні елементи, але він не враховує проміжні результати створення потенціалу (зокрема, формування персоналу).

На практиці оцінка здійснюється на основі комбінації цих двох методів, тому що при використанні лише одного з них виникають значні обмеження.

Очевидно, оцінка підприємства лише на основі техніки фінансового управління не враховує аналізи ринку, соціальну політику, стилі управління тощо. Тому нерідко застосовують такий єдиний тип оцінки, який слугує основою переговорів у випадку продажу підприємства і який дозволяє потенційному покупцю оцінити попередній розвиток підприємства.

Інколи обидві сторони користуються допомогою експертів з інших областей для оцінки інших сторін розвитку, однак це буває рідко. У більшості випадків використовується технічний і комерційний аудит на додаток до фінансових оцінок.

Література

1. Morvan Y. La concentrations de industrie en France. – Paris: Colin, 1973. – 111 p.
2. Weber A.P. Les concentrations industrielles dans la France contemporaine. – Paris: Broché, 1971. – 142 p.
3. Bienayme A. La croissance des entreprises. – Bardas, 1971. – 287 p.
4. Paturel R. Délimitation des Concepts de Croissance Interne et Croissance Externe. // Revue. Economie et Sociétés. – 1981. – Décembre. – p. 1393 - 1420.

5. Stoleru L. L'impératif industriel. – Le Seuil, 1969. - 294 p.
6. Горняк О.В. Институційні підходи до аналізу міжфірмової та внутрішньофірмової кооперації / О.В. Горняк, Л.Х. Доленко // Економічна теорія. – 2007. – № 1. – С. 47–64.
7. Morvan Y. Fondements d'économie industrielle (2^e édition). – Paris: Economica, 1991. – 639 p.
8. Mintzberg H. Power in and around organizations. – N.Y., 1983. – 700 p.
9. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег / Кейнс Дж. М. – М., 1969. – 352 с.
10. Ансофф И.Х. Стратегическое управление / Ансофф И.Х. – М. : Экономика, 1989. – 519 с.
11. Bartoli A., Hermel Ph. Le développement de l'entreprise. Nouvelles conceptions et pratiques. - Paris: Economica, 2009. – 421 p.

Надійшла 09.04.2011

УДК 330.131.5:664

Ю. В. ДАВИДЮК, Н. Ю. САМОЙЛЕНКО
Житомирський державний технологічний університет

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ

Визначені проблеми функціонування хлібопекарських підприємств. Окреслені та обґрунтовані основні напрями підвищення їх економічної ефективності.

The problems functioning bakery business. Outlined and justified the main directions of improving their economic efficiency.

Ключові слова: ефект, економічна ефективність, хлібопекарська галузь, ринок хліба та хлібобулочних виробів, рентабельність виробництва.

Вступ. Підвищення ефективності виробничо-господарської діяльності є провідним завданням кожного господарюючого суб'єкта, підкомплексу, комплексу, галузі, регіону. В даний час вітчизняні підприємства хлібопекарської галузі постійно стикаються з низьким рівнем матеріально-технічного забезпечення, відсутністю достатніх фінансових і інвестиційних ресурсів, проблемами недосконалої нормативно-законодавчої бази тощо. В цих умовах проблеми підвищення економічної ефективності найповніше вирішуються тими суб'єктами підприємницької діяльності, які раціонально використовують сировинний потенціал свого регіону, його природно-кліматичні особливості та територіальне розміщення.

Трансформація економіки України в сучасних ринкових умовах викликає необхідність формування принципово нових підходів у діяльності хлібопекарських підприємств, оскільки традиційні системи не забезпечують їх ефективного розвитку. Особливості хлібопекарського виробництва вимагають зменшення транспортних, енергетичних та інших витрат, оптимізації шляхів просування продукції, обґрунтованого ціноутворення і т.д. Необхідно забезпечити умови, при яких будуть ефективніше використовуватись технологічні лінії хлібопекарського виробництва, мінімізуватись витрати праці всіх категорій працівників. Значну увагу слід звернути на те, що хлібопекарські підприємства функціонують в умовах жорсткого державного регулювання, що є суттєвим чинником при формуванні систем ефективної діяльності.

Значний внесок у вирішення проблеми підвищення економічної ефективності діяльності підприємств здійснили як зарубіжні, так і вітчизняні вчені-економісти: Л.І. Абалкін, С.Л. Брю, Б. Голд, З.П. Двудіт, С. Ейлон, Л.Л. Єрмолович, Д.Г. Заруба, І.Я. Кац, О.Є. Кузьмін, К.Б. Лейкіна, К.Р. Макконнелл, Б.М. Мізюк, С.В. Мочерний, В.К. Мухопадов, Я.Д. Плоткін, Р.Ю. Покровський, С.Ф. Покропивний, М.Д. Путілова, В.М. Рибін, Ю. Сезан, В.К. Черник, І.Б. Швець та інші. В опублікованих працях висвітлено погляди авторів на сутність поняття «економічна ефективність», досліджено підходи до оцінювання економічної ефективності, запропоновано методи вимірювання економічної ефективності діяльності підприємств і т. д. Проте, недостатньо опрацьованими є питання, що стосуються підвищення економічної ефективності діяльності підприємств різної галузевої спрямованості, зокрема хлібопекарської промисловості, що зумовлює актуальність нашого дослідження.

Метою даної роботи є розробка та обґрунтування напрямів підвищення економічної ефективності діяльності підприємств хлібопекарської галузі. Для досягнення поставленої мети в ході дослідження було вирішено ряд завдань:

- визначені особливості сучасного розвитку хлібопекарської галузі;
- з'ясовані проблеми ринку хлібу та хлібобулочних виробів;
- розроблені та обґрунтовані напрями щодо підвищення економічної ефективності діяльності підприємств хлібопекарської галузі.

Основний розділ. Проблема ефективності виробництва завжди посідала важливе місце серед актуальних проблем економічної науки. Зацікавленість нею виникає на різних рівнях управління економікою – від власників приватного підприємства до керівників держави [1, с. 356].

Ефективність підприємства являє собою комплексну оцінку кінцевих результатів використання

основних і оборотних фондів, трудових і фінансових ресурсів та нематеріальних активів за певний період часу [1, с. 357].

Економічна ефективність відображає певні результати складного й суперечливого процесу взаємодії багатьох факторів, що впливають на розвиток сільськогосподарського виробництва. Це стосується й хлібопекарства як галузі сільського господарства. Показники ефективності виробництва є індикатором, за допомогою якого можна визначити стан і динаміку економічних процесів. Вони повинні достовірно відображати реальні процеси й бути відповідними знаряддями для прийняття управлінських рішень. Принципи їх побудови загальновідомі. Наприклад, вони мають якомога повніше та точніше відображати суть критерію ефективності й бути зручними у використанні. За їх допомогою можна виявити резервів збільшення економічного ефекту при мінімальному залученні додаткових ресурсів.

Економічна ефективність діяльності підприємств хлібопекарської галузі є досить низькою. Про це свідчить спад обсягів виробництва хліба та хлібобулочних виробів, у зв'язку зі скороченням споживання та збільшенням обсягів випікання хліба невеликими пекарнями, супер- та гіпермаркетами, а також домашніми господарствами (ці обсяги не обліковуються офіційними статистичними даними). У 2009 році було вироблено 1755 тис. тонн хлібобулочних виробів, що на 11,3% менше, ніж у 2008 році (рис. 1). За 7 місяців 2010 року обсяг виробництва хліба становив 975 тис. тонн, що на 3,7% менше, ніж 2008 року.

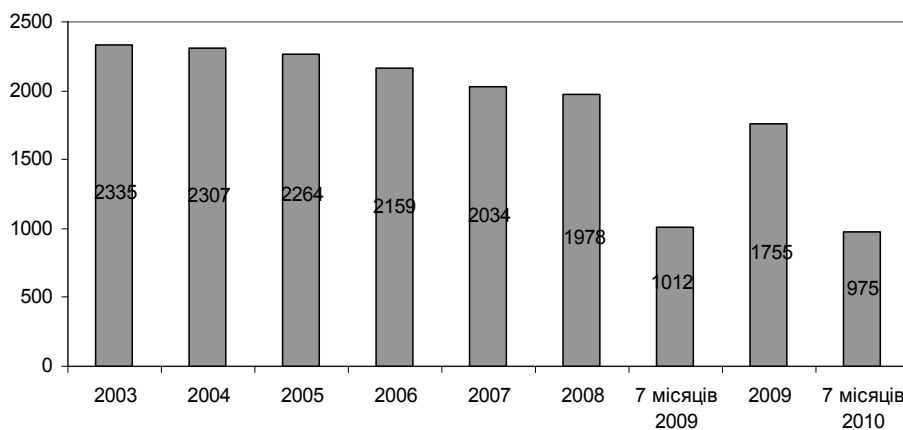


Рис. 1. Динаміка обсягів виробництва хліба та хлібобулочних виробів в Україні, тис. тонн [2]

Результати функціонування підприємств даної галузі окреслюють загальну ситуацію на ринку хліба та хлібобулочних виробів. Так, специфікою ринку є нетривалий термін реалізації продукції, що впливає на кількість виробників та їх частку ринку. Загалом близько половини ринку хліба України займають 6-7 великих виробників, які зосереджують свої потужності в окремих регіонах. Крім цього на ринку зосереджена значна кількість невеликих підприємств, а отже, конкуренція на регіональних ринках досить висока. Крім того, ринок хліба та хлібобулочних виробів значною мірою залежить від ситуації на ринку борошна та коливань на зерновому ринку, який чутливий до сезонних факторів та державного регулювання. Виробництво та продаж хлібної продукції в Україні регулюється місцевою владою, яка може встановлювати граничну норму рентабельності для окремих сортів соціального хліба. У докризовий період споживання «соціальних» сортів хліба зменшувалося, що сприяло розвитку напряму виробництва «елітних» сортів, дозволяючи зменшити залежність виробників хліба від державного регулювання, проте в умовах кризи та падіння платоспроможності населення розвиток цього напряму виробництва уповільнився.

Небезпечним є той факт, що сьогодні пекарні працюють з рентабельністю 2-5%, і лише кілька – близько 10%. В свою чергу, як у сусідній Росії рентабельність хлібозаводів у середньому становить 10–12%.

Ситуацію з технічним оснащенням, що склалася на хлібозаводах слід вважати катастрофічною: технологічна зношеність обладнання складає більше 60-70%. У той же час оптимальний рівень рентабельності хлібного виробництва, який дозволить оновити печі та інше устаткування має складати 20-25%.

Проблемним є питання кадрового забезпечення підприємств – їх плінність в галузі сягає 30%. Це найбільшою мірою спричинено низьким рівнем заробітної плати [2].

Вважаємо, що зазначені проблеми мають бути вирішені у найближчій перспективі як на загальнодержавному рівні, так і на рівні окремих хлібопекарських підприємств.

Слід зазначити, що державою було впроваджено ряд кроків щодо нормалізації ситуації в галузі. Зокрема, були прийняті зміни до Митного кодексу щодо відміни або часткового зниження ввізних ставок на хлібопекарське обладнання, що дозволить підприємствам галузі оновити свої технологічні ресурси.

Взагалі державна економічна й соціальна політика істотно впливає на ефективність суспільного виробництва. Необхідність державного регулювання вартості хліба обумовлено дисбалансом між попитом та купівельною спроможністю населення. Державне регулювання вартості хліба як соціально значимого

продукту залежить від динаміки цін на борошно та обумовлює рентабельність, фінансову стабільність, ліквідність трансформованих підприємств хлібопекарської промисловості. За умов жорсткого фіксування цін, гострого дефіциту інвестиційних коштів для поповнення основних і оборотних активів підприємств, від'ємної рентабельності «соціальних» сортів хліба, розробка і реалізація ефективної фінансової політики відіграватиме важливу роль в підвищенні економічної та соціальної ефективності в хлібопекарській промисловості.

Реалізація ефективної фінансової політики хлібопекарської галузі дозволить вирішити низку задач на рівні:

- 1) хлібопекарських підприємств – підвищити ефективність використання основних та оборотних засобів, власних та залучених інвестиційних коштів; скоротити виробничі витрати; знайти внутрішні джерела для підтримки та фінансування державної соціальної політики;
- 2) споживачів – підвищити якість соціально значущої продукції та розширити її асортимент; організувати виробництво «соціальних» лікувально-профілактичних сортів хліба;
- 3) суспільства – підвищити якість життя; знизити соціальну напругу; посилити соціальний захист малозабезпечених категорій населення.

Виділимо напрями, які, на нашу думку є актуальними для підвищення економічної ефективності діяльності на рівні підприємств хлібопекарської галузі (рис. 2).



Рис. 2. Напрями підвищення економічної ефективності діяльності підприємств хлібопекарської галузі

Деталізуємо заходи в межах окреслених напрямів. Так, технологічне переозброєння підприємств має передбачити заміну устаткування та автоматизацію технологій. Технологічні нововведення, особливо сучасні форми автоматизації та інформаційних технологій, справляють найістотніший вплив на рівень і динаміку ефективності виробництва продукції. За принципом ланцюгової реакції вони спричиняють суттєві (нерідко докорінні) зміни в технічному рівні та продуктивності технологічного устаткування, методах і формах організації трудових процесів, підготовці та кваліфікації кадрів тощо.

Устаткуванню належить провідне місце в програмі підвищення ефективності діяльності хлібопекарської галузі. Продуктивність діючого устаткування залежить не тільки від його технічного рівня, а й від належної організації ремонтно-технічного обслуговування, оптимальних строків експлуатації, змінності роботи, завантаження в часі тощо.

Інноваційні проекти мають стосуватися випуску нової продукції та сприяти зниженню матеріаломісткості та енергоємності виробництва. Матеріали та енергія позитивно впливають на рівень ефективності діяльності, якщо вирішуються проблеми ресурсозбереження, зниження матеріаломісткості та енергоємності продукції, здійснюється раціоналізація управління запасами матеріальних ресурсів і джерелами постачання. Так, собівартість продукції на підприємствах хлібопекарської галузі України приблизно на 80 % складається з вартості сировини і матеріалів, тому особливу увагу доцільно приділяти зменшенню саме цих витрат. Так як вартість борошна формує біля 60-70 % собівартості, то, в першу чергу,

варто забезпечити обґрунтування прогресивних норм використання цієї сировини. Крім того, доцільним є жорсткий вхідний контроль якості як борошна, так і всіх видів матеріалів, що безпосередньо сприятиме зменшенню браку та підвищенню якості кінцевої продукції.

Українському споживачеві у найближчому майбутньому слід очікувати на появу традиційної кількості продукції з удосконаленою якістю різновидів хліба. Виробники хлібопродуктів ще деякий час експериментуватимуть із різними рецептурами та сортами та у кінцевому випадку зупиняться лише на кількох сортах, які стануть фірмовими для конкретно взятої компанії. На нашу думку, хлібопекарським підприємствам доцільно проводити маркетингові дослідження щодо з'ясування споживчих вподобань і орієнтуючись на їх результати розробляти товарний асортимент.

Підвищення продуктивності праці забезпечується використанням мотиваційних програм для працівників, координацією управлінських процесів, вдосконаленням методів праці та заміною стилю управління. Для підприємств хлібопекарської промисловості розв'язання проблеми ефективного використання трудового потенціалу є одним зі шляхів підвищення ефективності ведення господарської діяльності. Моніторинг потенційних можливостей своїх працівників, рівня й ефективності використання трудового потенціалу є основою для прийняття управлінських рішень щодо відповідності продуктивності й оплати праці, коригування напрямів розвитку трудового потенціалу, поліпшення умов його реалізації, соціального забезпечення, розвитку господарської діяльності підприємства з врахуванням резерву невикористаних можливостей працівників. Єдність трудового колективу, раціональне делегування відповідальності, належні норми управління характеризують ефективну організацію діяльності підприємства, що забезпечує необхідну спеціалізацію та координацію управлінських процесів, а отже, вищий рівень ефективності (продуктивності) підприємств.

За переважання трудомістких процесів більш досконалі методи роботи стають достатньо перспективними для забезпечення зростання ефективності діяльності підприємства. Постійне вдосконалення методів праці на хлібо заводах має передбачати систематичний аналіз стану робочих місць та їх атестацію, підвищення кваліфікації кадрів, узагальнення та використання нагромадженого на інших підприємствах позитивного досвіду.

Стиль управління, що поєднує професійну компетентність і високу етику взаємовідносин між людьми, впливає на всі напрями діяльності підприємства. Від нього залежить, у якій мірі враховуватимуться зовнішні чинники зростання ефективності. Відтак належний стиль управління як складовий елемент сучасного менеджменту є дійовим чинником підвищення розвитку діяльності підприємства.

Важливою передумовою зростання ефективності діяльності підприємств є достатній рівень розвитку мережі різноманітних інституцій ринкової та виробничо-господарської інфраструктури. Сьогодні всі підприємницькі структури користуються послугами комерційних банків, бірж (товарно-сировинних, фондових, праці), інноваційних фондів тощо. Безпосередній вплив на результативність діяльності підприємств справляє належний розвиток виробничої інфраструктури (комунікацій, спеціалізованих інформаційних систем, транспорту, торгівлі тощо). Спеціалізовані інформаційні системи дозволяють забезпечити динамічну координацію дій за рахунок сучасних засобів зв'язку, програмних продуктів та комп'ютерної техніки.

Вважаємо, що реалізація діяльності в межах зазначених напрямів може забезпечити високі темпи зростання ефективності виробництва в хлібопекарській галузі.

Висновки. Важливими проблемами подальшого розвитку ринку хлібобулочних виробів є суттєве поліпшення забезпечення потреб споживачів у якісному хлібі промислової випічки за прийнятною ціною, одержання на цій основі достатньої маси прибутку підприємствами-товаровиробниками і підвищення ефективності їх діяльності. В сучасних умовах це можливо лише на основі комплексного дослідження регіональних ринків хлібобулочних виробів, прогнозу їх кон'юнктури на перспективу, здійснення виважених дій органів державного управління щодо їх регулювання та розробки відповідних маркетингових стратегій підприємствами хлібопекарської галузі на ринку хлібобулочних виробів.

Стратегічні перспективи галузі пов'язані з посиленням її комплексного розвитку, основними напрямами якого повинні стати технологічне переозброєння підприємств шляхом заміни устаткування та автоматизації технологій; випуск нових продуктів з метою підвищення прибутковості галузі; досягнення максимально ефективного виробництва за рахунок зниження матеріаломісткості та енергоємності продукції; формування та використання новітніх технологій, що відповідають економічним, соціальним та екологічним вимогам.

Література

1. Економіка підприємства : [навч. посіб. / за ред. А.В. Шегди]. – К. : Знання, 2005. – 431 с.
2. Офіційний сайт Державного комітета статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.mstat.gov.ua>

Надійшла 09.04.2011

ЗАРОБІТНА ПЛАТА ЯК ОДИН З ЧИННИКІВ МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА НА ПІДПРИЄМСТВАХ ВУГІЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

В статті розглянута проблема регулювання заробітної плати з метою підвищення ефективності виробництва і матеріального добробуту населення вугільних регіонів Донбасу.

We can find in this In clause the problem of regulation of wages is considered with the purpose of increase of a production efficiency and material well-being of the population of coal regions of Donbass

Ключові слова: заробітна плата, мотивація, мотиваційний механізм, економічний потенціал.

Вступ. Головна задача сучасної економіки України полягає в забезпеченні подальшого зростання добробуту населення на основі стійкого, поступового розвитку народного господарства, прискорення науково-технічного прогресу і переходу економіки на інтенсивний шлях розвитку, більш раціонального використання потенціалу країни, економії всіх видів ресурсів і поліпшення якості роботи. Для її виконання необхідно здійснити динамічний і збалансований розвиток економіки, забезпечити ефективне використання природних і матеріальних ресурсів, особливу увагу надати підвищенню продуктивності праці і збільшенню віддачі основних фондів.

Проблема використання мотиваційного механізму підвищення ефективності виробництва і матеріального добробуту населення вугільних регіонів Донбасу завжди була актуальною, оскільки вугільна промисловість є однією із самих великих галузей у промисловому секторі економіки Донбасу, від стану якої залежить не тільки ступінь розвитку економічного потенціалу вугільної промисловості у даному регіоні, а й держави взагалі.

На сьогоднішній день ситуація, яка склалася з питання розрахунків з працюючими на вугільних підприємствах, пояснює актуальність обраної теми, оскільки заробітна плата – один з мотиваційних засобів підвищення зацікавленості працюючих у результатах своєї праці, її продуктивності, збільшення обсягів виробленої продукції та поліпшення її якості [1].

Головною метою нашого дослідження було виявлення домінуючого характеру заробітної плати як одного з чинників мотиваційного механізму підвищення ефективності виробництва на підприємствах вугільної промисловості Донбасу.

Вищезазначена проблема визначила тему нашого дослідження, на меті якого стояло розв'язання наступних задач: проаналізувати мотиваційний профіль вугільних підприємств Краснодонського району, які входять у число найбільш великих в Україні за обсягом виробництва вугілля (відокремлений підрозділ АО шахта «Дуванна», ОАО «Краснодонвугілля», відокремлений підрозділ АО шахта «Самсонівська-Західна», ОАО «Краснодонвугілля» та ін.); на підставі отриманих результатів емпіричного дослідження стану проблеми зробити порівняльний аналіз і надати оцінку окремим групам мотивації, серед яких визначити роль заробітної плати як одного з чинників мотиваційного механізму підвищення ефективності виробництва на підприємствах вугільної промисловості; надати оцінку ефективності мотиваційного потенціалу і мотиваційних тенденцій на підприємстві; розробити рекомендації щодо оптимізації системи мотивації праці робітників на підприємстві вугільної промисловості. При цьому основними методами проведення дослідження були: аналіз діючої документації; спостереження процесів, явищ, фактів, відносин, існуючих на підприємствах вугільної промисловості; опитування, анкетування, тестування персоналу, діагностичне інтерв'ю, експеримент; атестація тощо.

Основний розділ. Необхідною складовою частиною процесу виробництва, споживання та розподілу створеного продукту є праця робітників, заробітна плата яких повинна відповідати кількості та якості затраченої ними праці.

Відповідно до статті 1 Закону України «Про оплату праці» заробітна плата – це винагорода, обчислена, як правило, у грошовому виразі, яку за трудовим договором власник або уповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану ним роботу. Розмір заробітної плати залежить від складності та умов виконаної роботи, професійно-ділових якостей працівника, результатів його праці та господарської діяльності підприємства.

З самого початку треба відповісти на питання: що ж таке мотивація?

Мотивація – це процес спонукання кожного робітника і всіх членів підприємства до активної діяльності з метою задоволення своїх потреб і для досягнення виробничих цілей.

Заробітна плата – це один з чинників, який робить мотиваційний процес кожної конкретної людини унікальним і не на сто відсотків передбаченим, тому що є розходження інноваційних структур окремих

людей, різний ступінь впливу однакових мотивів на різних людей, різний ступінь залежності дії одних мотивів від інших. Так, у одних людей прагнення щодо досягнення результату може бути дуже сильним, а в інших же воно може бути відносно слабким. У цьому випадку даний мотив буде по-різному діяти на поведінку робітників підприємства [2, с.121–137].

З цього приводу слід зазначити, що проблема мотивації праці була актуальною для країни з перших днів її незалежності. Такою вона є і зараз. При цьому необхідно зосередити увагу на тім, що вищезазначена проблема хоча і торкається усіх галузей виробництва, але особливо яскраво вона виявляється у вугільній промисловості, оскільки процес видобутку вугілля є трудомістким і травмо-небезпечним і саме тому вона повинна бути достатньо високооплачуваною, оскільки працівник, який іде в шахту і чесно відпрацьовує там свою зміну, повинен бути впевнений у тому, що його нелегка праця буде гідно винагороджена, і що він зможе утримати свою родину, навчати дітей і взагалі жити гідно [3, с.170–176]. Однак, в сучасній Україні це не завжди так: досить згадати перші дванадцять років незалежності України, коли шахтарі не одержували заробітної плати по кілька років, та й сама заробітна плата була мізерною. Більше того, ситуація погіршувалася тим, що почався тотальний процес закриття дитячих садків і шкіл, які були закріплені за підприємствами вугільної промисловості. Тому шахтарі не мали можливості віддати своїх дітей ні в дитячий садок, ні в школу. Таким чином, працівник позбавлявся не тільки матеріальних, але і моральних, а також психологічних стимулів, що спонукали його працювати. У людей не було впевненості в завтрашньому дні, вони не бачили перспектив своєї роботи [5].

На сучасному етапі розвитку економіки для всього народного господарства України і особливо для вугільної промисловості Донбасу склалося важке економічне становище: в багатьох підприємствах вугільної промисловості присутня велика заборгованість у держбюджет, через що рахунки вугільних підприємств у банках закриваються, в результаті чого підприємства попадають у залежність від бізнесменів і вимушені віддавати продукцію за мінімальною ціною, ледве покриваючи власні витрати, оскільки неспроможні розрахуватися з постачальниками за нову техніку, запчастини, паливно-мастильні матеріали тощо [4, с. 37–39].

У таких скрутних умовах вугільні підприємства країни вимушені шукати шляхи подолання економічних і соціальних проблем не тільки завдяки запровадженню нових технологій і устаткування, але й регулюванню заробітної плати як одного з чинників мотиваційного механізму підвищення ефективності виробництва на підприємствах вугільної промисловості.

У ст. 43-46 Конституції України сказано, що кожен має право на працю, відпочинок, соціальний захист, безпечні і здорові умови праці і на заробітну плату, причому не нижче встановленого мінімуму. Цікаве те, що кожен громадянин має право на своєчасне отримання винагороди за свою працю і це його право захищається законодавством, а держава при цьому повинна створювати умови, необхідні громадянину для повної реалізації своїх прав [2, с.21]. На жаль, матеріально-технічна база вугледобувної галузі не відповідає сучасним вимогам, характеризується значною спрацьованістю обладнання, що негативно відбивається на економічних показниках підприємства. Так, спрацьованість основних виробничих фондів у галузі сягає 48 відсотків, а темпи оновлення їх основної частини значно відстають від потреб сучасності. Стосовно основної частини вони становлять менше 56 відсотків на рік. Рівень механізації праці на підприємствах не перевищує 50–60 відсотків. Продуктивність праці в галузі в 2–3 рази нижча, ніж на споріднених підприємствах у зарубіжних країнах з розвинутою економікою [1, с.105].

Треба зазначити, що в умовах переходу нашої економіки на ринковий механізм функціонування найважливішими задачами вугільної промисловості є поліпшення її фінансового стану, прискорення науково-технічного прогресу, зниження витрат живої праці шляхом механізації трудомістких робіт та поліпшення використання трудових ресурсів, а також зменшення збитків робочого часу тощо, що сприятиме стабілізації виробництва, пріоритетним напрямком фінансової діяльності якого повинно бути ефективне використання коштів [5, с.115].

За таких обставин слід зазначити, що для держави, як і для підприємства, важливо, щоб кінцеві результати використання нових технологій і нової техніки були найбільш вагомими, оскільки чим більше ефекту буде отримано на кожному гривну вкладень, тим вище буде їх ефективність, а значить економіка і добробут людей будуть зростати [4].

Недостатню увагу з боку керівників вітчизняних підприємств до питань стимулювання праці можна пояснити деякими сподіваннями на те, що приватизація власності і орієнтація економічних інтересів на прибуток, як і ринковий механізм, автоматично забезпечать скорочення витрат виробництва та підвищення продуктивності праці. Проте такі очікування себе не виправдали, оскільки інтереси виробників були спрямовані на отримання прибутку не за рахунок скорочення витрат виробництва і збільшення обсягів продукції, а за рахунок підвищення цін, що призвело до розвитку некерованих інфляційних процесів, сплеску масової неплатоспроможності, а також зупинки виробництва, банкрутства підприємств і, як наслідок, до різкого падіння рівня життя населення із втратою мотивів до ефективної праці [5, с.113-119].

Питанням дослідження теоретичних і практичних проблем керування трудовими ресурсами присвячено ряд робіт вітчизняних і закордонних вчених, серед яких поважне місце займають роботи В.

Врума, В. Дятлова, А. Кібанова, М. Мескона, Ф. Тейлора, В. Травіна, Ф. Хедоурі, В. Ядова та ін.

Світова і вітчизняна економічна наука має чимало здобутків, які стосуються розробки теоретичних основ і методичних підходів щодо оцінки та стимулювання ефективності праці. Цим питанням присвячені наукові праці як вчених України та держав СНД (Л. Абалкіна, В. Адамчука, А. Амосова, Д. Богині, І. Бондар, І. Герчикової, В. Гупалова, А. Калини, Н. Лук'янченка, І. Сороки та ін.), так і вчених країн далекого зарубіжжя (М. Мескона, Д. Сінка, Г. Емерсона).

В економічній літературі в різних аспектах багатьма дослідниками висвітлюються і обговорюються засоби поліпшення мотивації праці, серед яких треба відзначити п'ять відносно самостійних напрямків: матеріальне стимулювання, поліпшення якості робочої сили, вдосконалення організації труда, залучення персоналу в процеси управління та негрошове стимулювання.

Враховуючи той факт, що під час опитування (анкетування) працівників (респондентів) вугільних підприємств на Луганщині (відокремлений підрозділ АО шахта «Дуванна», ОАО «Краснодонвугілля», відокремлений підрозділ АО шахта «Самсонівська-Західна», ОАО «Краснодонвугілля») було виявлено, що їх основним мотивуючим чинником є гарантована заробітна плата.

На сучасному етапі розвитку вугільної промисловості зростає значимість умов праці як однієї з найважливіших потреб людини і тому поліпшення умов праці – одна з найгостріших проблем цього часу, тому що умови праці є не тільки потребою, а й мотивом, який примушує працювати з певною віддачею, бути одночасно фактором і наслідком певного виробництва праці і його ефективності [5, с.113–119].

Безумовно, мотиваційному механізму сплати праці надається велика роль, але, на нашу думку, лише постійне підвищення рівня оплати праці не сприятиме ні підтриманню трудової активності на відповідному рівні, ні росту виробництва взагалі. Застосування цього методу може бути корисним тільки для короткострокових підвищень заробітної плати на виробництві, оскільки в іншому випадку врештірешт відбуваються певні накладки, або звикання до цього виду мотивації. До цього треба додати, що вплив на робітників лише грошовими методами не може призвести до довгострокового підвищення ефективності виробництва.

Отже, непомітний для недосвідченого ока процес втрати інтересу працівника до праці, його пасивність приносить такі відчутні результати, як плинність кадрів і керівник раптом виявляє, що йому доводиться втручатися в усі деталі будь-якої справи, яку виконує підлеглий, котрий не виявляє ні найменшої ініціативи. Внаслідок цього процесу ефективність підприємства падає. Аналіз сучасного стану розглянутої проблеми підтверджує нагальну потребу підвищення відповідного рівня заробітної плати, пошуку резервів зниження собівартості продукції і пошуку додаткових джерел надходження фінансових ресурсів у вугільну промисловість.

Основні теоретичні положення і результати, практичні рекомендації даного дослідження обговорювалися на засіданні кафедри Гуманітарних і соціально-економічних дисциплін Краснодонського факультету інженерії і менеджменту Східноукраїнського національного університету імені В. Даля, на науково-практичних конференціях, а також неодноразово обговорювалися під час проведення зустрічей «За круглим столом» за участю керівників вугільних підприємств Краснодонського району і Луганської області (відокремлений підрозділ АО шахта «Дуванна», ОАО «Краснодонвугілля», відокремлений підрозділ АО шахта «Самсонівська – Західна» ОАО «Краснодонвугілля» та ін.). Основні результати роботи викладені в доповідях на міжнародних конференціях (Міжнародна науково-практична конференція „Наука та інновації”; II Міжнародна науково-практична конференція „Сучасні наукові дослідження”; I Міжнародна науково-практична конференція „Соціально-економічні перспективи розвитку України”,- м. Дніпропетровськ; XI науково-практична конференція з проблеми вищої освіти «Університет і регіон», Східноукраїнський національний університет ім. В.Даля, м. Луганськ та ін.), а також використані в навчальному процесі на Краснодонському факультеті інженерії та менеджменту Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля при підготовці майбутніх фахівців в області зовнішньоекономічної діяльності, а також інших спеціальностей.

Висновки. З огляду на вищевикладене, враховуючи результати нашого дослідження, ми дійшли висновку, що заробітна плата як один з чинників мотиваційного механізму підвищення ефективності виробництва потребує чіткого регулювання, а її розмір, повинен створювати у працівника внутрішню мотивацію, тобто відчуття особистого внеску в розвиток економічного потенціалу не тільки підприємства, а й держави взагалі, оскільки людина – істота соціальна, а значить, почуття своєї співпричетності до вирішення економічних проблем держави здатне викликати в неї глибоке психологічне задоволення, що дозволяє усвідомити себе як особистість.

Таким чином, проведене дослідження дає змогу стверджувати, що єдиною основою довгострокового економічного зростання вугільних підприємств Донбасу є підвищення мотивації праці шахтарів шляхом створення чіткої системи оплати праці і преміювання. В цьому контексті слід звернути увагу на співвідношення темпів зростання показників ефективності праці та її оплати. На сучасному етапі економічного розвитку України є доцільним випередження темпів зростання заробітної плати у співвідношенні із затраченою енергією працівників, оскільки існуюча величина середньомісячної оплати праці сьогодні не сприяє кількісному та якісному відтворенню робочої сили.

Література

1. Амоша А.О. Шляхи рішення проблеми оплати праці у вугільній промисловості / А.О. Амоша, І.О. Братух // Економіка України. – К. : Вид-во Преса України. – 2005. – 105 с.
2. Виханский О.С. Менеджмент / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – М. : Гардарика, 1998. – 197 с.
3. Дубчак В. Мотивація персоналу як складова ефективного функціонування транснаціональних корпорацій в сучасному економічному середовищі / В. Дубчак // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – № 7(37). – С. 170–176.
4. Найденев В. Інфляція в Україні: теорія і реальність / Найденев В. – К. : Наукова думка, 1995. – С. 37–39.
5. Старожух О.А. Стимулювання ефективності праці на машинобудівних підприємствах / О.А. Старожух // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – № 12(42). – С. 113–119.
6. Фалмер Р.М. Энциклопедия современного управления / Фалмер Р.М. – М. : ВИПК Энерго, 1992. – Т. 1, 3. – 183 с.

Надійшла 02.04.2011

УДК 336.34

М. О. ДОЛГАЛЬОВА

Дніпропетровський університет економіки та права

ПЕРВИННЕ РОЗМІЩЕННЯ АКЦІЙ В БАНКІВСЬКОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ

У статті розглянуто поточне становище банківської системи України, проведено аналіз показників діяльності за останні сім років. Виявлено, що банківська система ще знаходиться під негативним впливом глобальної кризи, що проявилася негативним фінансовим результатом в 2010 році. Банки повинні врахувати уроки кризи та розробити надточні методи оцінки ризиків, зокрема кредитного, валютного, політичного тощо. Вважаємо, що первинне розміщення акцій банку є відмінною можливістю для банку залучити іноземних інвесторів та мінімізувати зокрема політичний ризик.

The article is devoted to current status of banking system of Ukraine; analysis of its activity during last seven years is made. Global economic crisis influenced to Ukrainian banking system that was expressed in negative financial result in 2010. Banks have to take into account the crisis outcomes and have to elaborate precision methods of risks assessment. We consider that IPO is an excellent opportunity for the Bank to attract foreign investors and particularly minimize political risks.

Ключові слова: IPO, первинне розміщення акцій, банк, фінансовий результат, кредит.

Вітчизняні науковці (Мищенко В.І., Сало І.В., Крамаренко Г.О., Карчева Г.Т.), розглядаючи тяжке фінансове становище вітчизняних банків, єдині в одному – банківська система потребує новітніх методів управління капіталом. Первинне розміщення акцій на фондовій біржі стає дедалі розповсюдженим явищем. Саме такий метод залучення та управління капіталом може в найближчому майбутньому стати популярним і для банківського сектору. Це обумовлено, по-перше, відсутністю боргового тягаря, так як немає необхідності повертати залучені кошти і виплачувати відсотки за їх використання, а по-друге, поліпшення публічного статусу банку дозволяє підвищити статус банку, що сприяє більш позитивному іміджу, підвищенню довіри, а також набуттю нових клієнтів.

Мета статті – дослідити перспективність первинного розміщення акцій українських банків на міжнародних площадках, для чого необхідно провести аналіз поточної ситуації, що склалася на ринку банківських послуг. В Україні поки ще не було факту виходу на IPO комерційних банків, хоч цей проект є дуже привабливим в сучасних післякризових умовах.

Українська банківська система мала повільне зростання протягом декількох років. Аналіз діяльності показав, що найуспішнішим був 2008 р. – доходи від банківських операцій сягнули майже 25 млрд дол. США. Але витрати були теж значними.

У 2010 році доходи банків склали 136,8 млрд грн., витрати - 149,9 млрд грн. Прослідкувати динаміку доходів, витрат та фінансового результату комерційних банків у доларовому еквіваленті за останні сім років можна, розглянувши рис.1 [1]

Як бачимо витрати банків за 2009 рік вже значно почали перевищувати доходи і станом на 01.01.2010 результат діяльності складав –38 450 млн.грн. У 2010 р. ситуація ненабагато покращилась, банки завершили рік з мінусом в 13 027 млн грн. Фінансовий результат повністю відображає стан банківської системи, основними факторами чого є відсутність активного кредитування, продовження формування резервів під погані активи, наявність проблемних банків. [3] Так, зокрема, 80 відсотків збитків припадає на 3 фінансові установи – Родовід Банк, Укрсиббанк, Банк Форум. Необхідно відмітити, що 2 останніх – Укрсиббанк та банк Форум являються банками з іноземним капіталом. Вочевидь вони дуже ретельно підійшли до питання класифікації свого кредитного портфелю. Інші банки з іноземним, зокрема, російським капіталом теж отримали мінусовий результат від діяльності в 2010 році.

Прибутковими явилися 122 банки з 154, що функціонують. Більшість банків показала позитивний незначний результат, прибуток більш 1 млн дол. США (більш ніж 8 млн.грн) зафіксовано у 29 банків, у той

же час більше 10 млн дол. США заробили лише 8 банків. З них 3 – ПУМБ, Ощадний, Приватбанк – є суто українськими. [2]

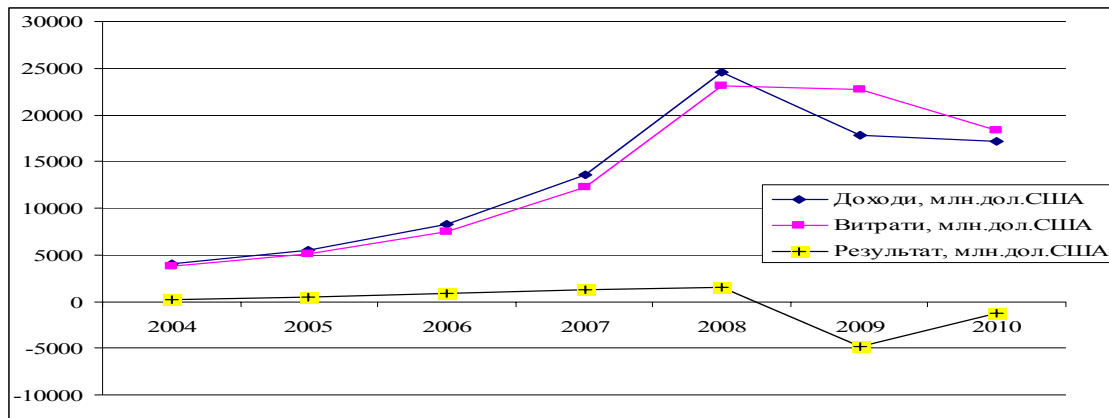


Рис.1. Доходи, витрати та результат українських комерційних банків у 2004-2010 рр.

Кількість діючих банків за 6 років суттєво не змінилася, у той же час значно виросла кількість банків з іноземним капіталом (з 23 у 2006 р. до 55 у 2010 р.). Якщо ж розглянути структуру статутного капіталу комерційних банків, то тут також спостерігається поступове збільшення – на 01.01.2011 року статутний капітал банків України включає в себе 40,6% , що в порівнянні з 19,5% у 2006 складає досить суттєву частку.

Українська банківська система має небезпечну залежність від присутності іноземного капіталу і є ризик, якщо іноземні банки почнуть покидати країну, це відобразиться на її й так невисокому рейтингу інвестиційної привабливості. На поточний момент вже 3 банки з іноземним капіталом змінили власника, що було зумовлено більше політичними факторами та політичною непередбачуваністю ніж неприбутковістю. І все ж таки банки з іноземним капіталом в Україні мають тенденцію до збільшення. Інтеграція іноземних банків до українського ринку відбувається через процес злиття та поглинань. Все, що є необхідним, так це, щоб процес відслідковувався зі сторони держави, була розроблена стратегія входження України в міжнародний банківський простір, адже й досі законодавча база є досить слабкою.

До негативних наслідків функціонування банків з іноземним капіталом в Україні можна віднести наступні факти:

1. Іноземні банки можуть нав'язувати власну модель розвитку, коли цілі іноземних банків не збігаються з соціально-економічними пріоритетами країни.
2. Можливий неконтрольований відтік капіталу з країни, погіршення конкурентоспроможності українських банків, ризик залежного розвитку. Реалізація цих ризиків може спричинити дестабілізацію роботи банківської системи, зменшення довіри населення до банків.

До позитивних наслідків функціонування банків з іноземним капіталом в Україні можна віднести такі фактори:

1. Прискорення розвитку фінансових ринків, розширення спектру банківських послуг та їх якості.
2. Робота іноземних банків може в перспективі призводити до зниження процентних ставок на депозити та кредити. Така ситуація була характерна в Східній Європі, де після переходу банківської сфери під контроль західноєвропейським компаніям, прибутки за депозитами впали в середньому до 4 – 6% річних. Така ситуація спостерігається зараз в Україні.
3. Позитивом діяльності банків з іноземним капіталом для економіки України є швидке впровадження передових технологій банківської діяльності, зокрема використання досвіду фінансового менеджменту, антикризового управління, підходів до реорганізації та реструктуризації комерційних банків; запровадження зарубіжного досвіду управління ризиками.
4. Може бути покращена процедура роботи з клієнтами.
5. Залучення іноземного капіталу, котрого не вистачало донедавна українським банкам для повноцінного функціонування, а також втримання довіри до банківських інституцій з боку приватних клієнтів.

Кредитна діяльність вітчизняних банків є значущим фактором в оцінці привабливості банківських установ для виходу на IPO. Таблиця 1 характеризує структуру кредитної діяльності українських банків.

Якщо розглядати динаміку показників в номінальному вираженні, то щорічний приріст загального об'єму кредитів в економіку за період з 2004 року по 2008 рік в середньому склав 60%. За 2009 рік спостерігається скорочення кредитування на більш ніж 5%, в 2010 було скорочення на 3%. При цьому щорічні темпи приросту об'єму проблемних кредитів за 2008 – 2010 роки випереджають темпи приросту кредитів в економіку за аналогічний період.

Кредитна діяльність українських банків в 2004-2010 рр.

Назва показника	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Кредити в економіку, млн. грн.	96 945	156 268	268 294	485 368	792 244	747 348	724 005
Темп приросту до попереднього року, %	30,57	61,19	71,68	80,90	63,23	-5,67	-3,13
у т. ч. у національній валюті, млн. грн.	51 201	81 274	123 783	213 871	300 208	341 613	386 686
в іноземній валюті, млн. грн.	37 370	62 144	121 443	213 056	433 801	375 807	337 319
Кредити надані юридичним особам, млн. грн.	72 875	109 020	167 661	276 184	472 584	474 991	508 288
Кредити надані фізичним особам, млн. грн.	14 599	33 156	77 755	153 633	268 857	222 538	186 540
Проблемні кредити (прострочені та сумнівні), млн. грн.	3 145	3 379	4 456	6 357	18 015	69 935	84 851
Темп приросту до попереднього року, %	25,80	7,44	31,87	42,66	183,39	288,20	21,33
Питома вага проблемних кредитів у загальному об'ємі наданих кредитів, %	3,55	2,36	1,82	1,49	2,27	9,35	11,24

Розраховано автором на підставі статистичних даних НБУ [1; 3]

Найбільша питома вага проблемних кредитів у загальному об'ємі наданих кредитів спостерігається за 2010 рік та складає більше 11%.

Із таблиці 1 видно, що значно зменшилася частка кредитів наданих фізичним особам (майже на 27%), в той час кредити, що надавалися суб'єктам господарської діяльності, навіть збільшилися на 2 407 млн грн.

Основною проблемою банківського кредитування на сучасному етапі є проблемні кредити і прострочена заборгованість складає все більшу частку (рис. 2). На 01.01.2006 вона складала 3 379 млн грн., а на ту ж дату 2011 року вона вже досягла позначки 84 851 млн грн. Отже, ситуація в банківському секторі складається не найкращим чином, банки страждають від проблемної заборгованості, вимушені формувати все більші резерви під проблемну заборгованість, це зменшує адекватність капіталу.

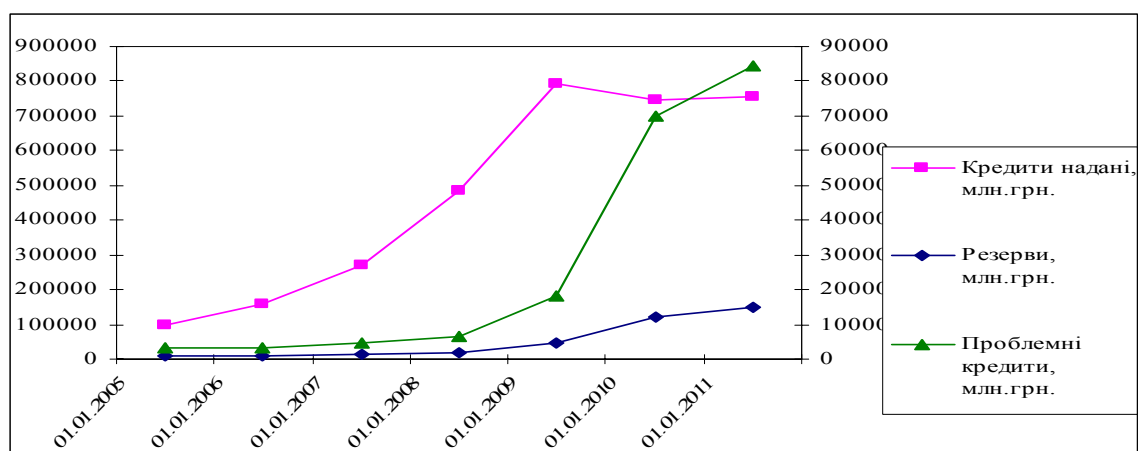


Рис 2. Кредитна діяльність українських комерційних банків у 2004–2010 рр.

Більше складних кредитів мають банки з вітчизняним капіталом. Саме вони в 2006–2008 роках вели непомірковану кредитну політику в той час як банки з іноземним капіталом завжди поводитися більш

стримано і консервативно. Прогнози експертів щодо стану проблемних кредитів у 2011 році у портфелях банків невтішні: вони будуть зростати. Причому в розряд "проблеми" переходять ті кредити, які видані з 2006 р. по 2008 р. Проблемні кредити призводять до збільшення зарезервованих коштів (рис. 2), що зменшує кількість працюючих грошей.

Отже, розглянувши картину сьогодення в банківському секторі, не залишається сумніву в тому, що банкам потрібні новітні методи управління капіталом. Чому банки не використовують такий спосіб залучення, як IPO. Розглянемо всі альтернативні способи залучення капіталу, а також їх переваги та недоліки:

1. Власні кошти акціонерів. Використання власних коштів для залучення необхідних фінансових ресурсів являється найбільш простим і дешевим способом. Переваги такого фінансування виражаються, по-перше, в безпосередній зацікавленості акціонерів, по-друге, умови такого залучення найбільш сприятливі для банку, по-третє, таке фінансування не залежить від бажання третіх осіб (кон'юнктури ринку, попиту на цінні папери зі сторони інвесторів). В той же час така альтернатива має ряд недоліків та обмежень. Передусім, це обмеженість в своїх фінансових можливостях самих акціонерів. Другим обмежуючим фактором являється деяка роз'єднаність акціонерів (тобто відсутність єдиної думки щодо способу залучення). До того ж такий спосіб залучення не завжди відповідає цілям та задачам, що ставить банк (наприклад, набуття публічності, вихід на міжнародний ринок, популяризація банку). Таким чином даний вид залучення не може вирішувати глобальні задачі банку, реалізовувати крупні проекти.

2. Кредитний ринок. Спосіб залучення необхідних фінансових ресурсів на міжбанківському кредитному ринку є найбільш популярним і простим. Вартість обслуговування варіюється залежно від обсягів залучених коштів, надійності банку. Однак, такий вид фінансування несе в собі й негативні моменти. Передусім, до них відноситься необхідність повертати залучені кошти, а також наявність затрат на його обслуговування. З цієї причини кредит не являється ефективною формою залучення капіталу, якщо стратегія банку має в собі реалізацію ризикових проектів, результат яких не завжди передбачуваний.

3. Ринок облігацій та вексельний ринок. Обидва вони представляють собою привабливе джерело залучення капіталу. Однак, на сьогодні цей метод не набув широкого розповсюдження і не набув особливого статусу.

Висновки

Можна сказати, що українські банки починають розглядати IPO як доцільний спосіб залучення. Про свої наміри виходу на фондовий ринок ще в 2009 році заявили Райффайзен Банк Аваль та Укргазбанк. Вочевидь, можливий вихід на зарубіжні площадки ПриватБанку, банку Ощадний – це ті вітчизняні банки, котри показали прибутковість. Нерозвиненість українського фондового ринку, за рахунок чого на ньому присутня зовсім незначна частка компаній, неліквідність акцій багатьох установ, навіть тих, що представлені на біржі – усе це не сприяє вигідному та ефективному розміщенню акцій на українській біржі. Саме тому багато компаній практикують впровадження IPO на зарубіжних площадках.

На думку багатьох аналітиків, одним з найбільш суттєвих недоліків проведення розміщення є затягнення процесу в часі. За оцінками, для українських банків (або компаній) на підготовчі заходи для проведення IPO може знадобитися від одного до трьох років. Таким чином, перед тим як планувати вихід на фондовий ринок, банк має порівняти терміни, для реалізації намічених цілей з тими термінами, що необхідні для підготовки компанії до публічності.

Значна величина затрат на впровадження IPO являється також важливим фактором. Незважаючи на те, що випуск акцій не супроводжується появою боргового тягаря для банку, все ж таки здійснення розміщення потребує значних розходів, пов'язаних з його організацією. Зокрема, це затрати на послуги фінансового консультанта, біржі, реєстратора, андеррайтера, юристів, аудиторів і т.д., а також на маркетингову і інформаційну підтримку. Звісно, величина розходів сильно варіюється залежно від самого банку, його підготовленості. Вважається, що IPO являється одним з найбільш дорогих способів залучення фінансування, однак в деяких ситуаціях саме IPO є найбільш ефективним і необхідним інструментом.

Наступна причина – це залежність від кінцевого результату, адже після IPO у банку з'являються зобов'язання, від яких він вже не зможе відмовитися. Перехід банку від закритого до публічного потребує чіткого розуміння того, що тепер за діяльністю банку ведеться постійний контроль зі сторони інвесторів, що слідкують за кожним кроком, цікавляться фінансовими результатами, наміченими планами та їх досягненням. Це змушує більш зважено підходити до розробки плану розвитку і уважно відноситися навіть до таких, на перший погляд, невинних дій, як надання коментарів про діяльність банку, оцінка будь-яких тенденцій та ситуацій. В протилежному випадку ринок швидко відреагує на отриману інформацію, що негативно відобразиться на котируванні акцій. До того ж необхідно слідкувати за підтриманням ліквідності розміщених акцій, або ж попит стане падати, ліквідність акцій зменшуватися і, звісно буде падати ринкова капіталізація банку, що негативно відобразиться на її іміджі та рейтингу.

Причиниг того, що фінансові установи на вітчизняному ринку не вдаються до публічного розміщення криються переважно в традиціях вітчизняного бізнесу, що склалися за останні роки, в тому, що вони бояться публічності, а також у бажанні власників зберегти за собою контрольний пакет акцій після розміщення. Ця причина є ще однією відмінністю українських власників від західних (де розміщення

досягають 100% акцій) і в кінцевому підсумку впливає на сумарні обсяги залучених коштів. В більшості вітчизняних банків існує певна розпиленість акціонерного капіталу, що при розміщенні крупного пакета (30-35%) може призвести до втрати контролю. Іншою особливістю являється зміна співвідношення долі серед власників при розміщенні акцій на біржі. В підсумку у частини власників може виникнути розпилення їх долі, або зменшення її до мінімальної, що не дозволить впливати на діяльність банку. Тобто, може виникнути конфлікт інтересів через розмір розміщуваного пакету з усіма впливаючими наслідками. Усі ці фактори поки ще не заважають отриманню досвіду роботи вітчизняних банків на зарубіжних біржових площадках.

Банки повинні врахувати уроки кризи та розробити надточні методики оцінки ризиків, зокрема кредитного, валютного, політичного тощо. Первинне розміщення акцій банку є відмінною можливістю для банку залучити іноземних інвесторів та мінімізувати політичний ризик.

Література

1. Основні показники діяльності банків України на 1 січня 2011 року // Вісник НБУ. – 2011. – № 2. – С. 69
2. Офіційний сайт Асоціації Українських банків [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://aub.org.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=4517&menu=104&Itemid=112
3. Офіційний сайт Національного Банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://bank.gov.ua/Fin_ryn/Pot_tend/index.htm
4. База для Арбузова // Інвестгазета – 2011. – № 5. – С. 34–37.

Надійшла 03.04.2011

УДК 331.109.362

Е. А. ДРАННИКОВА

Северо-Кавказский гуманитарно-технический институт, г. Ставрополь

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ РАБОТЫ ПЕРСОНАЛА

Рассмотрены оценки результатов работы персонала, а также методы, которые используют руководители, влияя на мотивацию сотрудников.

Considered in assessing performance of staff, as well as methods that use managers, influencing employee motivation

Ключевые слова: персонал, система, методы, оценка, результат, эффективность.

Важнейшим ресурсом организации является коллектив людей, посредством которых осуществляется хозяйственная деятельность. При этом достижение целей и, соответственно, успешное решение поставленных задач возможно лишь при грамотном управлении персоналом организации, с использованием системного подхода и применением современных способов оценки результатов работы персонала.

В крупных организациях менеджментом трудовых ресурсов, как правило, занимаются специальные отделы кадров, состоящие из профессионалов в этой области. Чтобы эти специалисты могли вносить весомый вклад в достижение целей организации, они должны обладать знаниями не только в сфере своей компетенции; им необходимо знать потребности менеджмента низового звена. Более того, если менеджеры низшего уровня не разбираются в основных методиках управления трудовыми ресурсами, в его механизмах, возможностях и ограничениях, они не могут в полной мере воспользоваться услугами кадровой службы. Следовательно, с методиками управления персоналом должны быть знакомы все менеджеры.

Управление трудовыми ресурсами включает следующие этапы:

1. Планирование трудовых ресурсов: составление плана удовлетворения будущих потребностей организации в людских ресурсах.
2. Найм: создание резервного фонда потенциальных кандидатов на все должности.
3. Отбор: оценка кандидатов на должности и отбор наилучших из них из фонда, созданного в ходе найма.
4. Управление вознаграждениями и льготами: создание структуры зарплаты и пакета льгот для привлечения, найма и удержания сотрудников.
5. Ориентация и социальная адаптация: ознакомление отобранных кандидатов с их подразделением и организацией, с их требованиями и предпочитаемыми рабочими методиками.
6. Тренинги: создание программ для обучения людей навыкам, необходимым для эффективного труда.
7. Оценка эффективности: разработка процедур оценки эффективности труда работников и ознакомление людей с ними.
8. Повышение, понижение, перевод, увольнение: разработка процедур перемещения трудовых

ресурсов на должности с большей или меньшей ответственностью, расширения их рабочего опыта путем перевода на другие участки работы и функции и прекращения договора найма.

9. Повышение квалификации и профессиональное развитие руководящих кадров: создание программ развития способностей и повышения эффективности труда управленческого персонала.

Как правило, оценка результатов работы влияет на мотивацию сотрудников, так как если цели, преследуемые работниками, сформулированы недостаточно четко, не указаны четкие критерии, которые должны использоваться для измерения этих целей, и при этом работники не уверены в том, что затраченные ими усилия приведут к адекватной оценке результатов их работы, или полагают, что организация недостаточным образом компенсирует их усилия, то эти сотрудники не будут работать в полную силу. Следовательно, оценка эффективности труда – важнейший инструмент мотивации. Выявляя наилучших работников, менеджеры могут адекватно вознаграждать их. Последовательное и позитивное подкрепление нужного поведения, как правило, побуждает людей так же поступать и в будущем. Соответственно, информационные, административные и мотивационные функции оценки эффективности взаимосвязаны – информация, на которой базируются административные решения, должна мотивировать сотрудника к эффективному труду. Как показывают исследования, чаще всего работа подчиненного оценивается его непосредственным начальником, который должен делать это максимально точно, не основываясь на личном отношении к подчиненному. Он должен также уметь донести эту оценку до людей, что может быть довольно трудной задачей, если их работа неэффективна. Из-за этих потенциальных проблем менеджеры отказываются использовать формальные системы оценки эффективности.

Таким образом, повышение уровня требований к качеству работы персонала требует внесения соответствующих изменений в систему оценки работы персонала организации.

Оценка работы персонала – это процесс сбора, анализа и оценки информации о том, как работники выполняют порученную работу, и выяснение того, в какой степени их рабочее поведение, рабочие показатели и индивидуальные характеристики отвечают установленным в организации требованиям. Оценивать эффективность труда персонала также необходимо для того, чтобы принимать обоснованные административные решения о повышениях, переводах и т.д. Благодаря повышениям организации могут заполнять вакансии служащими, продемонстрировавшими свои способности на нынешней должности. Они благоприятны и для персонала, поскольку позволяют ему удовлетворять потребности в успехе, достижениях и самооценке. Повышение по службе – отличный способ признания заслуг работника.

По мнению Дугласа Мак-Грегора, при оценке эффективности труда следует пользоваться подходом, ориентированным на результаты. Он утверждает, что традиционный подход неэффективен, поскольку сфокусирован на личных характеристиках работника: инициативе, умении работать в команде, надежности и т.д., что приводит к пристрастной оценке. Кроме того, если подчиненному говорят, что у него плохие отношения с коллегами, это несет в себе мало информации о том, что он делает не так и как исправить ситуацию. Мак-Грегор делает акцент на то, что менеджеру и подчиненному надо вместе выработать цели, которые будут использованы как критерий при будущей оценке. Если конкретные цели установить невозможно, менеджеру следует четко описать подчиненному его желательное поведение, а не желаемые личные характеристики или нечеткие рабочие цели (таблица 1). И наконец, оценивая работу подчиненных, менеджеру следует стараться быть максимально объективным.

Таблица 1

Расплывчатые и четкие формулировки целей в отношении рабочего поведения [3]

Расплывчатая цель	Четкая цель
Проявлять достаточные способности и выполнять работу в соответствии с установленными стандартами	Работать на прессе, выпуская 120 изделий в час; брак не должен быть больше одного изделия в час
Выработать позитивное отношение к работе и проявить себя как надежного сотрудника	Доказать свое желание хорошо работать, не допуская отсутствия на рабочем месте за исключением уважительных причин и дней, оговоренных в трудовом договоре; быть на месте по звонку о начале смены
Уметь эффективно общаться с подчиненными	Письменно извещать начальника отдела обо всех изменениях в бюджете не позднее, чем через день после того, как вам станет известно о таких изменениях

Прежде всего, для совершенствования существующей системы оценки работы персонала, необходимо соблюдение ряда условий, среди которых можно выделить наиболее важные:

- во-первых, заинтересованность и поддержка со стороны высшего руководства;
- во-вторых, наличие в организации обученных, высококвалифицированных специалистов, отвечающих за работу системы оценки;
- в-третьих, подготовка документов, регламентирующих работу системы оценки персонала;
- в-четвертых, своевременное информирование персонала о целях и содержании системы оценки, которую предполагается использовать;
- в-пятых, установление конкретной связи системы оценки рабочих показателей с системой оплаты труда.

Кроме того, создание эффективной системы оценки работы персонала невозможно без привлечения

к решению этой задачи специалистов, обладающих соответствующими знаниями, опытом и достаточным уровнем компетентности в тех аспектах управления и организационного поведения, которые связаны с оценкой рабочего поведения персонала организации.

Также при проведении оценки результатов работы персонала очень важно, учитывать методы оценки результатов работы персонала. Перечень, используемых методов представлен в таблице 2.

Таблица 2

Основные методы оценки результатов работы персонала

Название метода	Содержание
Письменные характеристики	Простейший метод оценки заключается в составлении письменной характеристики, в которой описываются достоинства и недостатки работника, показатели его работы, его потенциал, а также даются рекомендации по улучшению его работы
Критические происшествия	Метод критических происшествий фокусируют внимание «оценщика» на тех поступках работника, которые определяют разницу между эффективным и неэффективным выполнением работы. «Оценщик» фиксирует конкретные ситуации, отражающие наиболее эффективные или неэффективные действия работника
Графические рейтинги	Это графики, которые отображают ряд показателей производительности, а именно: количество и качество выполняемой работы, глубину профессиональных знаний, готовность к сотрудничеству, лояльность, отсутствие прогулов, честность и инициативность. «Оценщик» оценивает каждый показатель списка по шкалам.
Поведенческие рейтинги	Работа оценивается на основе элементов, представляющих собой континуум, где отдельными точками выступают конкретные примеры поведения, а не личностные характеристики.
Межличностные сравнения	Сопоставление действий одного работника с действиями одного или нескольких других работников. Два наиболее распространенных вида межличностных сравнений — это групповая классификация и индивидуальные рейтинги.
Групповая классификация	Этот метод предполагает, что «оценщик» должен определенным образом классифицировать всех работников (например, «лучшая пятерка», «вторая пятерка» и т.д.)
Метод индивидуального рейтинга	Этот метод предполагает классификацию работников от лучшего к худшему.

Одним из ключевых условий успешной работы системы оценки персонала является своевременное информирование персонала о целях и содержании системы оценки, хотя часто ему уделяется явно недостаточное внимание. При том, что это одно из ключевых условий успешной работы системы оценки персонала организации.

Приведенные выше условия не охватывают всех направлений работы по оценке труда персонала. Однако в совокупности они создают ту базу, тот фундамент, без которого рассчитывать на успех крайне трудно, если вообще возможно.

Одним из важнейших требований к системе оценки труда персонала является ее действенность. Система оценки может считаться действенной, если в результате ее применения будет обеспечена четкая связь результатов труда, его оплаты, высокий уровень мотивации и максимальная отдача сотрудников организации. Так, если после проведения трудоемкой аттестации, одной из основных целей которой была более четкая увязка оплаты труда с рабочими показателями, руководитель обнаруживает, что работники, получившие низкие оценки, получают, к примеру, премию в том же размере, что и работники, получившие высокие оценки, то он может сделать обоснованное заключение о низкой действенности использованной системы оценки.

Таким образом, для того, чтобы удовлетворить требования к практичности, системы оценки труда персонала необходимо, чтобы она была удобной для использования на практике как тем, кто оценивает, так и тем, кто оценивается. При этом, если система оценки не получает общего признания, а используемые в процессе оценки методы излишне сложны, и оценочные показатели вызывают сомнение, то внедрение системы оценки скорее всего натолкнется на сопротивление работников, и руководителям будет трудно использовать ее результаты на практике.

Литература

1. Виханский О.С. Менеджмент / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – М. : УИЦ «Гардарики», 2001. – 350 с.
2. Герчиков В.И. Мотивация, стимулирование и оплата труда персонала / Герчиков В.И. – М. : Изд-во ГУ-ВШЭ, 2003. – 280 с.
3. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М. : Изд-во «Вильямс», 2008. – 655 с.
4. Исаев А.П. Методы оценки результатов работы и мотивация персонала [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.elitarium.ru/2009/03/20/ocenka_rezultatov_raboty.html
5. Филина Ф.Н. Наиболее эффективные методы мотивации персонала [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.elitarium.ru/2010/08/09/metody_motivacii_personala.html

Надійшла 03.04.2011

РЕСУРСНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ КАК ОСНОВА ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Рассмотрены и обобщены такие понятия, как ресурсный потенциал, инновация, инновационный потенциал. Проанализированы и сформулированы факторы эффективного использования ресурсного потенциала с целью инновационного развития организации.

Reviewed and generalized concepts such as resourcepotential, innovation, innovative capacity. Analyzed and formulated the factors of effective use of resource capacity toinnovative development of the organization.

Ключевые слова: ресурсы, ресурсный потенциал, инновация, инновационный потенциал, инновационное развитие, ресурсный цикл.

Инновационное развитие организации в настоящее время является необходимым условием достижения экономического преимущества.

Однако в настоящее время между инновационными разработками и реализацией существует значительный разрыв. Проблема связана с отсутствием понимания и разработки взаимосвязи инновационного потенциала и ресурсного потенциала организации. Устранение диспропорции между необходимостью инновационных изменений в организации и ее реальными возможностями позволит сформировать благоприятную среду для инновационного развития.

Основоположник теории инноваций Й. Шумпетер рассматривал инновацию как средство предпринимателя для получения прибыли и обосновал, что "динамичный предприниматель" является источником конъюнктурных колебаний. Анализируя причины этих колебаний, Й. Шумпетер, впервые в экономической науке, выделил и дал характеристику "новых комбинаций изменений в развитии" [2].

Шумпетер выделил пять типичных изменений:

- изготовление продукции с новыми свойствами;
- внедрение нового метода (способа) производства;
- освоение новых рынков сбыта;
- использование нового источника сырья;
- проведение соответствующей реорганизации производства.

Очевидно, что преобразования, отмеченные Й.Шумпетером, являются типичными способами реагирования организации на изменения рыночной среды. Однако, для того, чтобы эти преобразования стали реальным средством повышения конкурентоспособности и достижения положительного экономического результата необходимо четкое понимание сути инновации.

И. Шумпетер подразумевал под понятием "инновация" любое возможное изменение, происходящее вследствие использования новых или усовершенствованных решений технического, технологического, организационного характера в процессах производства, снабжения, сбыта продукции и т.п.

Таким образом, реализация инновации предполагает внедрение и укоренение в основных процессах организации.

П.Ф. Дракер определяет инновацию как особый инструмент предпринимателей, средство, с помощью которого они используют изменения как шанс осуществить новый вид бизнеса или услуг [1].

При этом предполагается достижение определенного бизнес-результата, который рассматривается как основная цель инновации.

В соответствии с международными стандартами инновация определяется как конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности.

Всякое инновационное развитие – это не только основной инновационный процесс, но и развитие системы факторов и условий, необходимых для его осуществления, т. е. инновационного потенциала.

Инновационный потенциал имеет множество определений. Ряд исследователей считает, что инновационный потенциал предприятия, научно-технической организации – это совокупность научно-технических, технологических, инфраструктурных, финансовых, правовых, социокультурных и иных возможностей обеспечить восприятие и реализацию новшеств. В то же время инновационный потенциал – это "мера готовности" предприятия осуществлять деятельность, ориентированную на внедрение новых продуктов [3].

Некоторые исследователи представляют структуру инновационного потенциала как единство трех его составляющих: ресурсной, внутренней и результативной, которые сосуществуют взаимно, предполагают и обуславливают друг друга и проявляются при использовании как его триединая сущность.

Это приводит к утверждению, что инновационный потенциал организации неразрывно связан с ресурсным потенциалом, который, в свою очередь, является основой для инновационного развития.

Ресурсный потенциал имеет достаточно широкое трактование в современной научной литературе. Наиболее точные определения отражают два подхода к ресурсному потенциалу.

Согласно первому подходу ресурсный потенциал представляет собой совокупность имеющихся в распоряжении организации ресурсов (земельные, трудовые, материальные и т.д.).

В соответствии со вторым подходом ресурсный потенциал это не только количество ресурсов, но и заключенная в них возможность развития системы в заданном направлении, то есть производство товаров, работ, услуг определенного количества и качества.

Ресурсный цикл как основа системного представления о ресурсном потенциале представляет собой комплекс непрерывно вовлекаемых в процесс производства материальных, человеческих, финансовых, организационно-технологических ресурсов под влиянием факторов внешней и внутренней среды.

В процессе вовлечения ресурсов в производственный и инновационный процессы формируется производственный ресурсный потенциал организации и инновационный ресурсный потенциал (рис. 1).

Возможность организации формировать инновационный ресурсный потенциал определяет вероятность инновационного развития в том или ином направлении. Целесообразность отвлечения части ресурсов для инновационного развития организации требует оценки эффективности будущих изменений, определения альтернативных результатов, финансовых и социальных оценок текущих и отдаленных результатов внедрения.

Однако, степень вовлечения ресурсов в производственную и инновационную деятельность происходит неравномерно по полноте и периодичности. Это происходит под влиянием факторов внутренней и внешней среды организации.



Рис. 1. Вовлечение ресурсного потенциала организации в производственный и инвестиционный процессы

Поэтому немаловажно оценивать весь цикл вовлечения ресурсов в производственную и инновационную деятельность, выделяя и анализируя пассивную часть ресурсного потенциала.

Таким образом, инновационный потенциал организации может быть представлен как совокупность возможностей, содержащихся в ресурсном потенциале организации в контексте внешних и внутренних факторов влияния.

Основные выводы, следующие из этого определения:

Ресурсный потенциал организации должен обеспечивать как текущую производственную деятельность, так и инновационную деятельность.

Распределение ресурсов между производственной и инновационной составляющими должно производиться в соответствии с результатами анализа текущей и отдаленной эффективности.

Для наиболее полного и рационального вовлечения ресурсов необходим контроль пассивной части ресурсного потенциала, оценки эффективности ее невовлечения в процессы деятельности.

Литература

1. Друкер П. Инновации в бизнесе / Друкер П. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. – 190 с.
2. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / Шумпетер Й. – М. : Эксмо, 2007. – 864 с.
3. Лисин Б. Инновационный потенциал как фактор развития : межгосударственное социально-экономическое исследование / Б. Лисин, Б. Фридлянов. – Режим доступа : <http://masters.donntu.edu.ua>.

Надійшла 03.04.2011

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

В статті розглянуто перспективи розвитку інвестиційної діяльності вітчизняних підприємств в умовах фінансової кризи та визначено необхідність зростання ролі інноваційної діяльності.

In article prospects of development of investment activity of the domestic enterprises in the conditions of financial crisis are considered and necessity of increase of a role of innovative activity is defined.

Ключові слова: перспективи розвитку інвестиційної діяльності, роль інноваційної діяльності.

Постановка проблеми. Залучення інвестицій є важливим питанням впродовж усього періоду функціонування підприємств, яке вимагає від керівництва постійного удосконалення господарської діяльності та підвищення рівня інвестиційних переваг порівняно з іншими підприємствами. Особливо гостро питання ефективності управління інвестиційною діяльністю постає у період фінансової кризи за високого попиту та низької пропозиції інвестиційних ресурсів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Крупка М. І. визначає інвестиції як вкладення, які забезпечують приріст капіталу, створюють новий капітал [1, с.24]. Дослідження Войнарєнка М. П. показало, що суттєвий вплив на позитивні зрушення в економіці має технологічний розвиток країни, який визначає інноваційно-інвестиційний вектор її економічного зростання [2]. На думку Базилевича В. Д., Баластрик Л. О. економічне зростання полягає у довгостроковому збільшенні потенційного рівня виробництва за умов повної зайнятості [3, с.337]. В теорії макроекономіки виділяють інтенсивне, екстенсивне та змішане зростання. За умов обмеженості ресурсів для вітчизняних підприємств доцільною є орієнтація на інтенсивне зростання за рахунок приросту праці, капіталу та нововведень. Разом з тим, вченими недостатньо розглянуто питання розвитку інвестиційної діяльності в кризових умовах економіки.

Метою статті є визначення напрямків розвитку інвестиційної діяльності вітчизняних підприємств в умовах фінансової кризи.

Виклад основного матеріалу дослідження. Останніми роками інвестиційний ринок України характеризується динамічним розвитком, високим попитом на інвестиційні ресурси та достатньо високим рівнем зацікавленості іноземних інвесторів, а отже й інвестиційною привабливістю, свідченням чого є статистичні дані щодо прямих іноземних інвестицій в Україну. Проте, у 2009 році під впливом факторів фінансово-економічної кризи значно зменшились обсяги та джерела інвестиційних ресурсів, а отже й інвестиційна привабливість вітчизняних підприємств. Зокрема, обсяги надходжень прямих іноземних інвестицій в Україну за січень 2009 року оцінено у 259 млн. дол. США, що майже у 3 рази менше, ніж у відповідному місяці 2008 року (757 млн. дол. США) та у 3,5 рази менше, ніж середньомісячний обсяг того ж року. Чистий притік прямих іноземних інвестицій у січні 2009 р. склав лише 180 млн. дол. США [4]. На рис. 1 наведена динаміка інвестицій в основний капітал у відсотках до попереднього року, які також мають динаміку зменшення.

На управління інвестиційною діяльністю впливає різноманітна кількість чинників, які мають зовнішній та внутрішній характер та прямий або опосередкований вплив по відношенню до окремого підприємства. Зовнішні чинники, які впливають на інвестиційну діяльність підприємства, можливо поділити на чотири основні групи: міжнародні чинники, чинники, пов'язані із державним управлінням інвестиційною діяльністю, галузеві чинники, ринкові чинники (рис. 2).

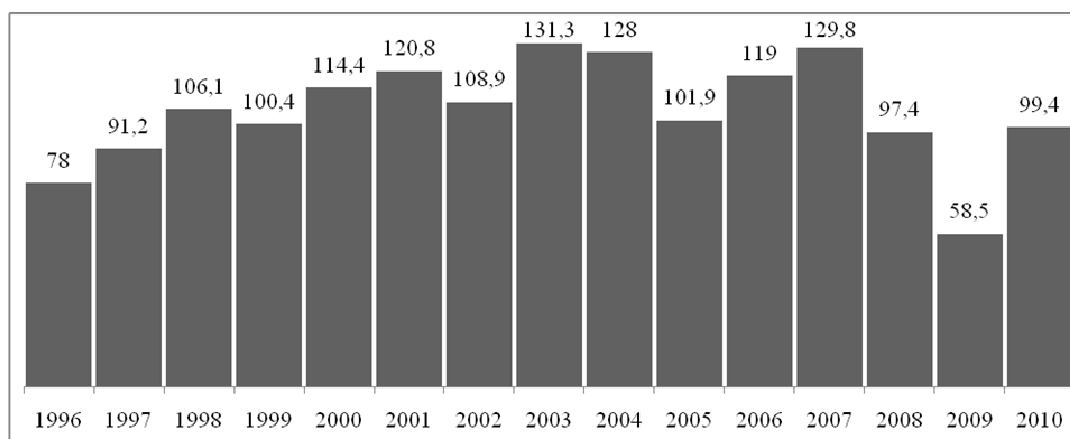


Рис. 1. Динаміка темпів приросту інвестицій в основний капітал у відсотках до попереднього року по Україні за 1996–2010 рр.

Кожна з зазначених груп чинників опосередковано впливає на процес управління інвестиційною діяльністю, проте, у випадку відсутності оперативного реагування на них з боку керівництва, може призвести до негативних наслідків. Внутрішні чинники впливу на управління інвестиційною діяльністю визначаються діяльністю промислового підприємства в цілому, рівнем кваліфікації персоналу, здатністю керівництва та персоналу вчасно реагувати на зміни у зовнішньому середовищі, рівнем ділової активності та репутації підприємства, розвиненістю системи збуту та маркетингу, процесом організації виробництва, наявністю необхідного ресурсного забезпечення.



Рис. 2. Систематизовані чинники впливу на управління інвестиційною діяльністю промислових підприємств

На сучасному етапі інвестиційна діяльність підприємства зводиться не лише до задоволення поточних інвестиційних потреб, а й до передбачення напрямів і форм цієї діяльності на перспективу, що зумовлює необхідність формування системи управління інвестиційною діяльністю із врахуванням тенденцій розвитку, системи можливостей і загроз, які встановлюються за допомогою СВOT-аналізу, враховуючи інвестиційні переваги та загрози діяльності підприємства.

Серед інвестиційних переваг однією із пріоритетних для підприємств в цілому, а особливо для підприємств машинобудування є залучення інвестицій з метою впровадження нововведень, тобто інновацій, які є умовою інтенсивного розвитку економіки країни. Інновації, забезпечуючи підвищення ефективності економіки, розширюють джерела інвестицій.

Про пріоритетність інноваційного інвестування свідчить і той факт, що важливе значення має проблема раціонального використання наявних фінансових ресурсів, що відображається у формуванні такої структури інвестицій, яка характеризується прогресивними змінами.

Напрямки використання інвестицій характеризуються відтворювальною та технологічною структурами. Відтворювальна структура інвестицій в основний капітал характеризує розподіл інвестицій на будівництво і технічне переозброєння, розширення та реконструкцію виробництва. Технологічна структура характеризує використання інвестицій на будівельно-монтажні роботи, придбання обладнання, інвентарю.

Прогресивність даних структур знаходить своє відображення у збільшенні частки ресурсів, що використовуються безпосередньо на використання машин та обладнання, що сприятиме зростанню активної частини основних засобів. В цілому переорієнтація виробничих засобів на нові технології в Україні продовжує відбуватись достатньо повільно. За останні 15 років Україна значною мірою втратила свій інноваційний потенціал і відстала від країн Східної Європи: в 1990 році частка підприємств, що займаються розробкою і впровадженням нової або вдосконаленої продукції, становила 60–70%, а до 2005 року вона скоротилася до 15 %, порівняно з 70% у розвинених країн і з 30% у Польщі [5, с. 117]. Відповідно до звіту про глобальну конкурентоспроможність Всесвітнього Економічного Форуму Україна займає 93 місце з технологічної готовності економіки, і 65 місце з інновацій у рейтингу зі 131 держави [6, с.45]. Це доводить, що навіть за наявності певної інноваційної діяльності вона має обмежений практичний результат.

Більшість підприємств у зв'язку із браком коштів вважають за доцільне не оновлювати основні засоби, а обмежуватись лише їх модернізацією, ремонтом та завантаженням на повну потужність недостатньо продуктивних. Затримка оновлення виробничих потужностей збільшує розрив між можливостями вітчизняних виробників та їх конкурентів, поглиблює технологічне відставання від світових лідерів [7, с. 100]. Частка застарілого устаткування в окремих галузях промисловості становить 60–70 %. Вітчизняне машинобудування не забезпечує належних темпів його оновлення, в промисловості домінують відсталі технології, що призводить до невиправдано високого споживання в українській промисловості енергоресурсів, яке є у 4–5 разів вищим, ніж у європейських країнах. Вкрай повільно оновлюється устаткування також у машинобудуванні, яке покликане бути потужним двигуном інноваційних процесів в усіх галузях національного господарства [8, с. 4].

Масштаби впровадження ефективних розробок у виробництво вітчизняними підприємствами є досить низькі, про що свідчить співвідношення між обсягами витрат на науково-технічну діяльність країні та впровадження її результатів, трансформованих в інновації, у виробництво, в Україні складає лише 1:1,06, тоді як за зарубіжним даними таке співвідношення сягає не менше, ніж 1:10 [9, с.14]. Серед внутрішніх чинників, що сприяють зростанню ефективності інновацій, спроможність керівників підприємства і персоналу усвідомлювати та оцінювати економічні, соціальні й технологічні зміни у зовнішньому середовищі; орієнтація керівників підприємства на довгострокову перспективу та наявність чітких стратегічних цілей; розвинена система збуту та маркетингу, спроможна досліджувати та оцінювати ринкові ідеї, уміння аналізувати та реалізовувати нові ідеї [10, с.54].

В умовах сучасної ринкової конкуренції для того, щоб протистояти тенденції до зниження норми прибутку, яка спричинена відносним збільшенням основної частини капіталу внаслідок зростання технічної оснащеності робочого місця, промислово розвинуті країни впроваджують цілеспрямовану інноваційно-інвестиційну стратегію, збільшуючи обсяги виробництва, реалізації і прибутку, підвищуючи продуктивність праці, знижуючи фондоємність, прискорюючи обіг вкладеного капіталу шляхом створення нових потреб у покупців, освоєння і поставки на ринок якісно нових видів продукції, вдосконалюючи технологію виробництва [11, с. 51].

Висновки і перспективи подальших досліджень. Таким чином, пріоритетним напрямком діяльності вітчизняних підприємств в умовах фінансової кризи є формування достатнього обсягу інвестицій для впровадження різного роду інновацій з метою досягнення економічного зростання. Формування системи управління інвестиційною діяльністю має відбуватись інтегровано із антикризовим управлінням з метою зменшення та уникнення ризиків, пов'язаних не лише з інвестиційною діяльністю, але й спричинених кризовим станом вітчизняної економіки. Крім того, досить актуальним питанням для економіки країни в цілому є збільшення обсягів інвестування у стратегічно важливі галузі, зокрема машинобудування, яке забезпечує основними засобами інші галузі економіки.

Література

1. Крупка М.І. Фінансово-кредитний механізм інноваційного розвитку економіки України / Крупка М.І. – Львів : Вид. центр ЛНУ імені Івана Франка, 2001. – 608 с.
2. Войнаренко М.П. Кластерные модели объединения предприятий в Украине / М.П. Войнаренко // Экономическое возрождение России. – 2007. – № 2. – С. 75–86.
3. Базилевич В.Д. Макроекономіка : [навч. посібник] / В.Д. Базилевич, Л.О. Баластрик. – А. : АТКА, 2002. – 268 с.
4. Сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua/>
5. Борщ Л.М. Інвестиції в Україні: стан, проблеми і перспективи / Борщ Л.М. – [2-е вид., стер.]. – К. : Тов-во “Знання”, КОО, 2003. – 318 с.
6. Борщ Л.М. Інновації і інвестиції в реальному секторі економіки: перспективи розвитку / Борщ Л.М. // Економіка ринкових відносин. – 2008. – № 22. – С. 44–52.
7. Зянько В.В. Інноваційне підприємництво: сутність, механізми і форми розвитку : [моногр.] / Зянько В. В. – Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2008. – 397 с.
8. Петрович Й.М. Організаційно-економічні засади прискорення інноваційних процесів у промисловості України / Й.М. Петрович // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Серія: Проблеми економіки та управління. – 2008. – № 628. – С. 3–11.
9. Геєць В.М. Зведений прогноз науково-технологічного та інноваційного розвитку України на найближчі 5 років та наступне десятиліття / В.М. Геєць, В.П. Александрова / НАН України; Центр досліджень науково-технічного потенціалу та історії науки ім. Г.М. Доброва. – К. : Фенікс, 2007. – 152 с.
10. Лемішко О.О. Інвестиції в основний капітал та їх вплив на економіку України / О.О. Лемішко // Фінанси України. – 2007. – № 7. – С. 46–61.
11. Огліх В.В. Економічні передумови активізації інноваційно-інвестиційної діяльності / В.В. Огліх // Культура народів Причорномор'я. – 2006. – № 81. – С. 51–53.

Надійшла 09.04.2011

КЛАСТЕРНЫЕ ФОРМАТЫ ИНТЕГРАЦИИ АВИАСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ УКРАИНЫ

Рассмотрен аспект создания современной сетевой формы кооперации в наукоемкой авиастроительной отрасли в формате авиастроительного кластера для обеспечения интеграции авиастроительных предприятий Украины в систему международного научно-технологического и производственного сотрудничества.

Aspect of developing modern network form of cooperation in science-intensive aircraft construction industry in format of aircraft construction cluster for providing integration of Ukrainian aircraft building enterprises to the system of international scientific-technological and manufacturing cooperation is considered.

Ключевые слова: авиастроение, интеграция, авиастроительный кластер, кооперация.

Вступление. Современные научные исследования свидетельствуют о том, что в рамках формирующегося в мире нового технопромышленного уклада значительная часть добавленной стоимости будет формироваться именно за счет трансфера прогрессивных технологий. Трансфер новых технологий связан с созданием специальных промышленных платформ, на основе которых формируются новые производственные системы – кластеры. По мнению основателя кластерной теории экономического развития М.Портера, в современной экономике, особенно в условиях глобализации, традиционное деление экономики на секторы или отрасли утрачивает свою актуальность. Особую роль в структуре глобальной экономики начинают играть кластеры – системы взаимосвязей однородных хозяйствующих субъектов, связанных партнерскими отношениями по всей технологической цепочке цикла производства (поставщиков оборудования, комплектующих и сырья, специализированных услуг, инфраструктурных объектов, промышленных предприятий и научных организаций), дополняющих друг друга и усиливающих конкурентные преимущества отдельных предприятий и кластера в целом [1]. Промышленные кластеры интегрируют фундаментальную практико-ориентированную науку, проектно-конструкторские разработки и новые высокотехнологические производства [2]. Кластерная форма организации высокотехнологических промышленных комплексов способствует в условиях интеграции и глобализации решению основных задач социально-экономического развития и утверждения Украины как высокотехнологического государства [3].

Постановка задачи. Целью статьи является попытка обосновать необходимость и целесообразность внедрения новых эффективных форм кооперации в авиастроении в виде создания авиастроительного кластера, а также дать оценку кластерной адаптивности авиастроительных предприятий Украины и разработать предложения по формированию кластерного формата их интеграции.

Результаты исследования. Авиастроение Украины является приоритетной наукоемкой отраслью, где наука, техника, технология и производство сегодня требуют перехода к эффективным формам объединения для трансформации новых научно-технологических знаний в продукцию, конкурентоспособную на мировых рынках. Формирование модели интеграции авиастроительных предприятий Украины в систему международного научно-технологического и производственного сотрудничества на конкурентных позициях предусматривает формирование целостного авиапромышленного научно-технологического комплекса способного к саморазвитию и одновременно привлекательного для инвесторов, полностью обеспечивающего внутренние потребности страны и экспорт конкурентоспособной авиапродукции. Одной из таких современных форм кооперации является авиастроительный кластер, который может формироваться только при наличии развитых промышленных комплексов с высокой концентрацией ресурсов, технологических центров, взаимосвязанных и смежных отраслей.

Многообразие форм и видов кластерных структур создаёт значительные сложности при формировании кластеров, и требует проведения в этой сфере дальнейшей исследовательской работы. Анализ научных исследований показывают, что инициаторами образования и координаторами деятельности кластеров могут выступать отраслевые союзы и ассоциации; научно-исследовательские центры и университеты; вертикально интегрированные структуры (ФПГ, холдинги и т. п.).

Первые – обладают компетенциями по взаимодействию с органами власти, координации действий участников кластера, оказанию им технической и консультативной помощи. Вторые – лучше обеспечивают научно-производственные связи, трансферт знаний и технологий, способствуя инновационному развитию кластера. Третьи – владеют ресурсами, кооперационными связями, навыками менеджмента и поэтому способны развивать наиболее мощные кластерные образования. Как свидетельствует мировой опыт, во всех трех вариантах реализации кластерных инициатив крайне необходима государственная поддержка и особенно в высокотехнологических отраслях.

Современное авиастроение – это масштабное производство технологически сложной продукции, объединяющее значительное количество поставщиков на различных стадиях технологического цикла, которые кооперируются вокруг одного предприятия. Авиастроительный кластер предполагает наличие

системообразующего ядра (компания-лидера), которое создается на базе корпоративных структур (одной или нескольких), объединяющих предприятия по разработке, производству и сбыту приоритетных видов авиационной техники, т.е. это могут быть крупные авиационные заводы, производящие авиационную технику и авиакомпоненты, конструкторские бюро, аэропорты, авиакомпания, сервисные и логистические службы, образовательные учреждения, осуществляющие подготовку специалистов для авиации широкого спектра.

Мировая практика показывает, что предприятия кластера имеют дополнительные конкурентные преимущества за счет возможности осуществлять внутреннюю специализацию и стандартизацию, минимизировать затраты на внедрение инноваций. В кластерах стоимость операций, осуществляемых с традиционными поставщиками и другими сотрудничающими структурами, значительно ниже, прежде всего, благодаря высокой степени доверия. В условиях постоянно нарастающей сложности и быстро меняющейся экономики важность сотрудничества, стимулируемого кластерами, становится все более критической [5]. Кроме того, предприятия-участники имеют возможность обмениваться профессиональными знаниями и опытом, оптимизировать затраты, используя совместно одни и те же услуги и поставщиков, что способствует развитию всех фирм-участников кластера и обеспечивает им конкурентные преимущества в сравнении с обособленными предприятиями. За счет объединения внутри кластера предприятий со взаимодополняющими активами в процессе взаимодействия и сближения их интересов формируются новые конкурентные преимущества; коммуникационный механизм кластера обеспечивает улучшение информационного обмена между участниками, что приводит к повышению их научно-технического уровня и конкурентоспособности, т.е. способствует формированию общего информационного пространства для обеспечения эффективных коммуникаций [4]. Кооперация внутри кластера позволяет использовать механизмы взаимного кредитования участников кластера, а также взаимные гарантии и поручительства в случае устойчивых долговременных кооперационных связей. Кроме того, в состав кластера могут входить не только промышленные предприятия, но и финансовые и инвестиционные компании, в том числе специализированные инвестиционные банки и лизинговые компании.

Маркетинговый механизм кластера дает возможность использовать преимущества известного бренда всем участникам процесса кооперации. Для участников кластера также возможно использование механизмов льготного технологического трансфера (в том числе, с использованием элементов франчайзинга) и научно-техническая кооперация в процессе выполнения НИОКР. Следует отметить, что такие отношения внутри высокотехнологического авиастроительного кластера стимулируют инновации и способствуют созданию и использованию прогрессивных технологий.

В условиях современной интернационализации промышленности, и авиастроения в частности, для получения устойчивых позиций на мировом рынке особую важность приобретает поиск новых партнеров и привлечения их к международному сотрудничеству, поэтому практикуются международные кластеры, открытые для дальнейшей интернациональной экспансии. Участие партнеров в интернациональных проектах является важным вкладом в сохранение конкурентных позиций и поддержании инновационного характера высокотехнологического кластера. Для авиастроительных компаний Украины этот вариант кластера можно рассматривать как форму развития интеграционного сотрудничества с ближайшими партнерами – российскими авиастроительными компаниями – при условии проведения соответствующей государственной политики и задействования частно-государственного партнерства.

Среди факторов, мотивирующих интеграцию различных авиастроительных предприятий в высокотехнологический отраслевой кластер, можно отметить такие [6]:

- согласованность требований ведущих сборочных заводов к своим поставщикам и дилерам;
- снижение затрат на внедрение новых технологий за счет эффекта масштаба;
- более эффективный характер коллективных инноваций в наукоемких отраслях, включая кодизайн при вертикальной интеграции и горизонтальную кооперацию при аутсорсинге;
- увеличение потенциального рынка инжиниринговых и консалтинговых услуг, в том числе и для профильных предприятий, за счет внедрения эффективных форм кооперации (субконтрактинга) при выполнении комплексных проектов и программ;
- более эффективная система выхода на зарубежных партнеров и новые рынки.

Мировая практика создания интегрированных структур в авиастроении (Boeing, Airbus) убедительно показывает, что они должны быть многопрофильными, т.е. иметь широкую номенклатуру продукции и услуг гражданского и военного назначения, что, в свою очередь обеспечивает высокую конкурентоспособность корпораций на мировых рынках, их финансовую устойчивость, максимальное использование научно-производственного и кадрового потенциала.

Для завоевания достойной позиции Украины в мировом авиапромышленном сообществе необходимо повышение эффективности и конкуренции отечественных авиастроительных предприятий. Перспективным целям развития отечественного авиастроения противоречит существующая форма государственной собственности промышленных активов, что препятствует активному включению в современные интеграционные процессы. Создание авиастроительного кластера в Украине вызывает необходимость проведения реформ в сфере собственности авиастроительных предприятий путем

приватизации и акционирования с дальнейшей продажей пакетов акций отечественным и зарубежным инвесторам, но, учитывая стратегические интересы отрасли, контрольный пакет должен сохраниться у государства. Наряду с этим, следует отметить, что в мировой практике имеются примеры успешного развития ведущих авиастроительных корпораций (Boeing), функционирующих исключительно на базе частной формы собственности. Современная ситуация показывает, что продавать полностью авиастроительные активы частным инвесторам Украина не готова, но привлечение прямых иностранных инвестиций в приватизационные процессы является ее стратегическим интересом, связанным с развитием института эффективных инвесторов и увеличением капиталов в экономике страны. И в данном контексте вопросы создания кластерного формата интеграции в отечественном авиастроении (территориального или интернационального) требуют дальнейшего научного обоснования и проработки.

Выводы. В заключении отметим, что в процессе создания кластеров, как показывает опыт развитых стран, формируется новый облик мировой экономики на основе инноваций и технологий, и именно в рамках кластеров наиболее эффективно решаются задачи, связанные с обеспечением конкурентоспособности предприятий на мировых рынках.

На основе вышеизложенных положений и особенностей формирования авиастроительного кластера выдвинуты следующие рекомендации и принципы по его созданию и функционированию:

- ориентация на создание крупных широкопрофильных корпоративных структур, объединяющих конструкторские бюро и серийные предприятия отрасли для преодоления организационно-экономической, финансовой и технологической разобщенности разработчиков и изготовителей авиационной техники; при этом необходимо учитывать сбалансированность новых корпоративных структур по типуажу и объему производства продукции, рыночной капитализации, научно-производственному потенциалу;
- разработка единых стандартов и типового регламента взаимоотношений между предприятиями;
- сглаживание негативного влияния колебаний конъюнктуры рынков сбыта за счет диверсификации разработок и производства;
- обеспечение рациональной концентрации финансовых средств из всех источников (государственный бюджет, собственные средства предприятий, отчисления от экспорта и т.д.);
- снижение издержек вследствие «эффекта от масштаба» корпораций, рост объемов производства и повышение эффективности соответствующих наукоемких услуг за счет эффекта синергии и унификации подходов в логистике, инжиниринге, информационных технологиях, менеджменте качества и пр. [6];
- создание условий для совершенствования, инновационного развития и модернизации существующего научно-технического и производственного потенциала за счет возможности привлечения большего объема прямых иностранных инвестиций.

Литература

1. Портер М. Международная конкуренция : [монография] / Портер М. – М. : Изд-во «Международные отношения», 1993. – 896 с.
2. Громько Ю.В. Что такое кластеры и как их создавать? [Электронный ресурс] / Ю.В. Громько // Институт региональных инновационных систем. – Режим доступа : <http://www.innosys.spb.ru>.
3. Государственная программа развития промышленности на 2003–2011 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://zakon1.rada.gov.ua>
4. Проскура Д.В. Теоретические аспекты формирования региональной кластерной политики [Электронный ресурс] / Д.В. Проскура, Е.М. Рогова, Е.А. Ткаченко // Проблемы современной экономики. – 2008. – № 4 (28). – Режим доступа : <http://www.m-economy.ru>
5. Соколенко С.И. Производственные системы глобализации: Сети. Альянсы. Партнерства. Кластеры: Украинский контекст : [монография] / Соколенко С.И. – К. : Изд-во «Логос», 2002. – 645 с.
6. Хасаев Г.Р. Кластеры: через партнерство к будущему [Электронный ресурс] / Г.Р. Хасаев, Ю.В. Михеев. – Режим доступа : <http://edu.tltsu.ru>

Надійшла 11.04.2011

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНЕ ПАРТНЕРСТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ РЕПУТАЦІЙНИХ ПЕРЕВАГ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Досліджено основні фактори, що здійснюють вплив на діяльність гіпермаркетів – торговельних операторів формату DIY. Обґрунтовано пріоритетні напрями формування репутації соціально-відповідального підприємства на конкурентному ринку будівельних матеріалів.

Basic factors that influence to trade hypermarket – DIY format operators activity were examined. Priority directions of social responsible enterprise reputation forming at the competitive build materials market were well founded.

Ключові слова: репутація, конкурентна перевага, будівельна мережа гіпермаркетів.

Вступ. Досвід впровадження принципів соціально-економічного партнерства як альтернативи успішного довготривалого розвитку підприємства свідчить про явні переваги і широкі можливості використання такої поведінки в сучасних умовах ведення торговельного бізнесу. Високий рівень агресивності та непередбачуваності конкурентної поведінки підприємств у досягненні стратегічних цілей вимагає пошуку адекватних підходів щодо формування соціально-іміджевих аспектів управління нематеріальними активами підприємства. Репутація спрямована на зростання статусу компанії і збільшення її вартості, й інвестиції в цей вид активів іноді бувають більш ефективними у порівнянні із вкладеннями у профільний бізнес. Роздрібна торгівля як важлива складова економіки України сьогодні проходить динамічний трансформаційний етап посткризового розвитку і фактор впливу ділової репутації на конкурентну позицію підприємства, його рівень соціальної відповідальності перед власним персоналом, владою, споживачами, клієнтами тощо набуває актуального значення.

Дослідженню теоретичних та практичних проблеми управління корпоративною репутацією в контексті стратегічного партнерства присвячено наукові публікації, зокрема Ш. Боніні [2], К. Букші [3], О. Гребешкової [4], С. Карделла [5], І. Беляєвої [7], А. Кашпур [8], О. Агеєвої [14], Г. Супрун [15] тощо. Огляд означених публікацій з питань забезпечення успішного довгострокового розвитку підприємства, зокрема в контексті стратегічного управління, свідчить, що багато аспектів цієї проблематики залишаються відкритими для подальших розробок. Досі тривають наукові дискусії навколо того, яке теоретико-методичне підґрунтя вважати більш досконалим для формування репутації торговельного підприємства та набуття ним нових й утримання досягнутих конкурентних переваг, діагностики можливих чинників формування стратегічного партнерства для зацікавлених учасників (груп) впливу тощо. Глибокі зміни, що відбулися в роздрібній торгівлі, стосуються, перш за все, і методів просування товарів на ринок: щоб підвищити якість і збільшити обсяг обслуговування, національні оператори відкривають нові формати магазинів; реструктуризують і консолідує канали дистрибуції. Враховуючи вищезазначене, вважаємо за можливе в межах цієї статті викласти окремі результати дослідження соціальної та ділової активності торговельних мереж на ринку будівельних матеріалів, їх можливості свідомого впливу на формування репутації.

Основний розділ. На внутрішньому ринку будівельних матеріалів України в сегменті "DIY" (у перекладі do it yourself – зроби сам) між собою конкурують чотири потужних мережі гіпермаркетів: "Епіцентр" та "Нова лінія" (Україна), "ОБІ" та "Praktiker" (Німеччина). Інші оператори будівельних гіпермаркетів з чітко вираженими рисами формату "DIY", такі як "Олді", "Домострой", "Будмайстер" та інші мають лише 4,1% ринку на всіх і невисокі показники динаміки розвитку [8]. Для розрахунку використані показники [9-12], що характеризують ефективність використання вкладених в діяльність підприємства засобів, враховуючи різнопланові фактори: фінансові, ресурсні, управлінські тощо. Відповідно до даних (табл 1, 2) можна зробити висновок, що ТОВ "Епіцентр К" займає найбільшу частку ринку будівельних матеріалів в Україні (23 гіпермаркети, 17 в регіонах та 6 у столиці, де працюють майже 14 тисяч осіб), враховуючи його успішну рекламну кампанію, найширший асортимент та прихильність споживачів.

Зростаючий внутрішній ринок приваблює потужні світові компанії торговельного формату «DIY». Така тенденція обумовлюється підвищенням вимог споживачів не тільки до якості товарів, але й до технології процесу здійснення покупки. Супер- і гіпермаркети мають привабливіші умови торгівлі, ширший асортимент, додаткові послуги. Саме ці фактори стають вирішальними в процесі розподілу роздрібною ринку України та, головним чином, визначають прихильність споживачів.

Проведене дослідження підтверджує факт сильної конкурентної боротьби: перше місце поділяють два підприємства – ТОВ «Епіцентр К» і компанія «ОБІ». Важливо зазначити, що компанія «ОБІ» – четверта у світі торговельна мережа формату «DIY». Німецька компанія працює на ринку України з такими показниками [12]: присутність на ринках 13 європейських країн; обсяг сукупних продажів 5,8 мільярдів євро; наявність 535 успішно працюючих гіпермаркетів; агресивна експансія в країнах Центральної та Східної Європи та СНД.

Необхідність забезпечення виживання в умовах кризи тільки загострює потребу у бізнес-партнерах, спираючись на підтримку яких можна вирішувати стратегічні та оперативні завдання з використанням

досвіду досягнення конкурентних переваг всіх зацікавлених суб'єктів економіки. Тому керівники підприємств все частіше вдаються до коопераційних способів взаємодії з іншими економічними суб'єктами, намагаючись зменшити невизначеність ринкового середовища, підвищити безпеку бізнесу та створити сприятливі умови для реалізації стратегічних цілей, уникаючи при цьому прямого конкурентного протистояння [3, с.87].

Таблиця 1

Розподіл вітчизняного ринку будівельно-господарських товарів між основними конкурентами

Суб'єкт ринку	Сегменту ринку	Середня площа магазину, кв.м	Товарооборот, млрд. грн. [12]	Частка ринку, %
"Епіцентр"	"DIY"	22000	3,96	33,8
"Нова лінія"	"DIY"	8000	2,51	21,5
"ОБІ"	"DIY"	11000	0,65	5,5
"Praktiker"	"DIY"	7000	0,43	3,7
Інші гіпермаркети ("Олді", "Домострой", "Будмайстер" ін.)	"DIY"		0,48	4,1
Інші суб'єкти ринку ("Майстер", "Будмакс", "Анжіо", "Метро", Enso тощо)	Змішаний формат, "PROF"		3,67	31,4
ВСЬОГО:			11,7	100

Кожен з аналізованих операторів мережі гіпермаркетів будівельних матеріалів (табл. 2) має свої конкурентні переваги над найближчими конкурентами, що дозволяє їм продовжувати агресивну конкурентну боротьбу при високих показниках ділової активності. На сьогоднішній день ТОВ «Епіцентр К» поки що переважає німецьку стрімко зростаючу мережу будівельних гіпермаркетів «ОБІ», головним чином через наблизеність власних гіпермаркетів до споживача (відповідну більшу їхню кількість) та високі доходи. За рахунок сформованої ділової репутації в Східній Європі мережа гіпермаркетів "Praktiker" може реально відвоювати ринкову частку за ціновою стратегією входження на український ринок. На думку авторів [2], суспільно-політичні тенденції все більше здійснюватимуть вплив на стратегію корпорацій, які не зможуть не враховувати настроїв суспільства та впливу груп інтересів, які пред'являють свої вимоги бізнесу. З точки зору інтересів зацікавлених груп, діяльність компаній вже і так призводить до багатьох змін у суспільстві, а тому вони повинні займати більш відповідальну суспільну позицію. Вважаємо, що головним «стикувальним модулем» серед стратегічних орієнтирів торговельних підприємств має стати збалансований розвиток організації у поєднанні з принципами соціального партнерства.

Підсумовуючи означене вище, вважаємо, що торгівельні мережі прагнуть не втратити вже існуючих конкурентних переваг та залучити нових клієнтів, споживачів послуг і фактор репутації відіграватиме ключову роль щодо утримання позицій на ринку (рис. 1). Одним із напрямків забезпечення виживання в умовах конкуренції є партнерська взаємодія у виборі, наприклад, стратегії поставок, транспортної логістики, підготовки персоналу тощо. Наявність масштабу мережі гіпермаркетів дозволяє підвищити потенціал партнерства в організації торговельного бізнесу всіх учасників через закупівлю продукції та товарів за більш низькими цінами; реалізацію комплексного співробітництва з національним будівельним оператором; раціоналізацію рекламних й промо-кампаній; оптимізацію логістичного менеджменту; зменшення збутових витрат; використання переваг корпоративної культури та стилю. Крім того, майбутній розвиток багато в чому залежить від ключових груп фахівців, навичок, знання й компетенція яких визначають діяльність компанії на виконавському рівні. Тут важливо правильно прогнозувати кадрові потреби, планувати майбутні вимоги до персоналу й планувати підготовку й перепідготовку з урахуванням стратегічних орієнтирів розвитку бізнесу підприємства. Звичайно, існують окремі рамки при делегуванні, зумовлені, перш за все, засекреченістю певного рівня інформації, але ініціативність та креативність менеджерів і є подекуди найдієвішою рушійною силою прогресу компанії, і нерідко саме завдяки їх готовності до додаткового обсягу відповідальності. Звичайно, найменша пляма на репутації підприємства (а ймовірність виникнення таких плям найвища саме при виборі тактики поведінки власного персоналу з конкурентами, постачальниками, споживачами) підвищує ризик спричинення незворотних наслідків, що можуть спричинити підвалини успішного бізнесу організації. Атмосфера поваги до партнерів та конкурентів, чесність та професіоналізм у процесі реалізації товарів та послуг повинні стати невід'ємною частиною стратегічних завдань торговельного підприємства [1, с.356].

Пріоритети у формуванні репутаційної активності будівельних гіпермаркетів у ринковому сегменті "DIY" (дослідження автора)

Характеристика конкурентних переваг мережі	Рентабельність			Коефіцієнт фінансової автономії	Можливі пріоритети у формуванні репутаційних переваг
	товаро-обороту, %	власного капіталу, %	активів, %		
Мережа гіпермаркетів "Епіцентр"					
1. Найбільша мережа гіпермаркетів і загальна торговельна площа 2. Найширший асортимент продукції і спектр додаткових послуг. 3. Відділ "Деко". 4. Потужна рекламна кампанія 5. Найвищий ФОП персоналу	9,2	19,4	10,4	0,54	1. Український лідер ринку оптово-роздрібної торгівлі будівельними матеріалами 2. Гасло-принцип діяльності: "Споживач завжди правий" 3. Титульний спонсор багатьох проєктів
Мережа гіпермаркетів "Нова лінія"					
1. Широка географія супермаркетів 2. Лідер продажів в АР Крим 3. Найкращі умови доставки матеріалів, товарів 4. Кваліфікований персонал 5. Широка PR компанія	6,2	5,8	21,3	0,46	1. Вітчизняний оператор-челенджер 2. Програма підтримки постійних клієнтів 3. Орієнтація – "Гіпермаркети за містом"
Мережа гіпермаркетів "OBI" (Німеччина)					
1. Світовий лідер (4 місце) формату "DIY" 2. Найнижчі ціни на іноземну продукцію 3. Сервісне обслуговування техніки 4. Потужний іноземний капітал	12,2	14,2	8,2	0,85	1. Світова репутація компанії 2. Гарантована якість іноземної продукції
Мережа гіпермаркетів "Praktiker"					
1. Найнижчі ціни на продукцію 2. Гарна репутація компанії в Східній Європі 3. Потужний іноземний капітал	9	18,1	6,2	0,73	1. Цінова політика входження на ринок 2. Відомий німецький бренд у Східній Європі

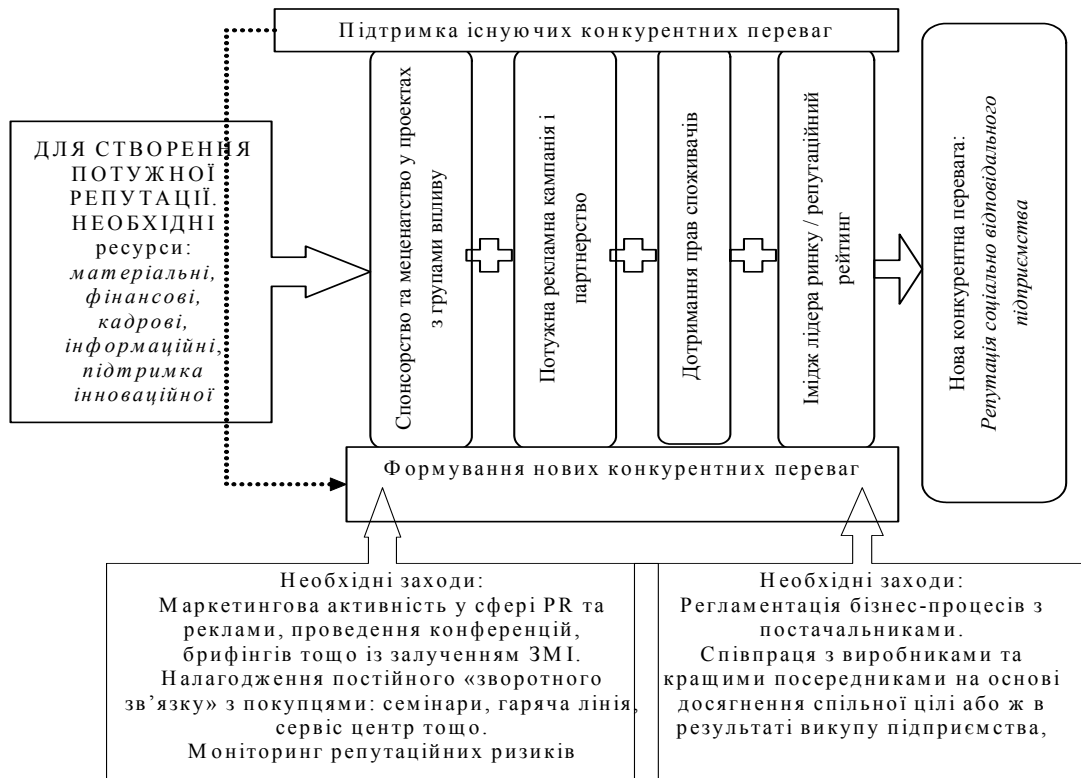


Рис.1. Формування репутації соціально-відповідального підприємства торговельної мережі

На жаль, проблема захисту від внутрішніх загроз є найбільш серйозною у забезпеченні конфіденційності корпоративної інформації. З одного боку, дії працівників виходять на перше місце як за кількістю інцидентів, так і за обсягом збитків. З іншого боку, засоби захисту від внутрішніх загроз, що впроваджуються у торговельних підприємствах перебувають на етапі становлення, носять несистемний, перманентний характер.

Висновки. Розвиток будь-якої динамічної системи, неминуче стикається на своєму шляху з кризовими ситуаціями, наслідки яких інколи практично непередбачувані. Це одна з найважливіших системних властивостей, яка, насамперед, вимагає від системи управління (керівництва відповідних підрозділів) прогнозування тенденцій розвитку та вибору способів, які б дозволили уникнути втягнення підприємства в черговий конфлікт і тим самим зменшити негативні ефекти. З метою виявлення уразливих місць і прогнозування економічних наслідків можливих дій груп інтересів, варто ретельно вивчати всю доступну інформацію, особливо, коли підприємству доводиться вирішувати одночасно кілька проблем. Встановлення контролю та зворотного зв'язку у всьому ланцюзі створення вартості, зокрема, де і як здійснюється закупка товарів, умови його транспортування, зберігання, розміщення в торговельному залі, подальша його реалізація споживачеві з урахуванням супутніх і додаткових послуг, дозволяє своєчасно виявити і реагувати на ризики. Необхідно досліджувати процесний аспект самоорганізації діяльності підприємства, розробляти сценарії ймовірного розвитку подій, які б враховували реакцію конкурентів, зміну моделі споживання, імовірність судових позовів і появи нових правових норм й вживати відповідних заходів.

Таким чином, побудова бездоганної репутації підприємства торгівлі – це ретельно спланована, впроваджена в щоденну практику керована діяльність підприємства, яка залежить не тільки від комерційного результату діяльності та високої якості продукції й обслуговування, а й від стратегічної активності причетності підприємства у розв'язанні актуальних соціальних проблем суспільства.

Література

1. Zhukovska V., Raksha N. Priority trends of trading networks competitive advantage formation. Economy and enterprises of European countries in overcoming the consequences of the crisis: VII International Scientific Symposium. June, 24—25, 2010. — KNTEU, 2010. —354 p.
2. Sheila Bonini, Lenny Mendonca, Jeremy Oppenheim, The McKinsey Quarterly Когда социальные проблемы становятся стратегическими [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.vestnikmckinsey.ru>
3. Букша К.С. Управление деловой репутацией. Российская и зарубежная практика / Букша К.С. – М. : Вильямс, 2007. – 144 с.
4. Гребешкова О.М. Проблеми виявлення та оцінки синергійного ефекту стратегічної взаємодії підприємств / О.М. Гребешкова // Формування ринкової економіки : зб. наук. праць. Спец. вип. Економіка підприємства: теорія і практика. – К. : КНЕУ, 2008. – Ч. I. – С. 162–169.
5. Карделл С. Стратегическое сотрудничество : Креативный бизнес-курс / Стивен Карделл ; [пер. с англ.]. – Ткаченко К. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2005. – 256 с.
6. Тарасюк М. Структурні зрушення у розвитку торгівлі України на сучасному етапі / М. Тарасюк // Товари і ринки. – 2010. – № 1. – С.17–29.
7. Беляева И.Ю. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект : [монография / под общ. ред. И.Ю. Беляевой, М.А. Эскиндарова]. – М. : КНОРУС, 2008. – 334 с.
8. Комар О.Р. Конкуренты лидера украинского рынка стойтельных материалов [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://erasentr.infocompany.biz/rus/>
9. Кириленко Г. Ринок будівельних матеріалів [Електронний ресурс]. – 2010. – Режим доступу : <http://infokluch.com.ua/ua/news/101.html>
10. Офіційний сайт GFK Ukraine [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.gfk.ua>
11. Офіційний сайт АТ «Нова лінія» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.novalinia.com.ua/>
12. Офіційний сайт «ОВІ-Україна» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.obi.ua/>
13. Кашпур А. Репутационный девелопмент [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.strategy.com.ua/Articles/Content?Id=1138>
14. Агеев О.И. Репутационные риски / О.И. Агеев // Бизнес журнал. – М., 2009. – № 7(162). – С. 38–39.
15. Супрун Н.А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник сталого розвитку / Н.А. Супрун // Економіка і прогнозування. – К., 2009. – № 3. – С. 61–74.

Надійшла 11.04.2011

РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ В ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ

В работе рассмотрена система социально-трудовых отношений и ее развитие в современных условиях формирования постиндустриальной экономики в России. Обосновывается необходимость их модернизации как одной из форм развития социально-трудовых отношений.

In this paper we consider a system of social-labor relations and its development in modern conditions of formation of post-industrial economy in Russia. Justifies the need to upgrade them as a form of social and labor relations.

Ключевые слова: социально-трудовые отношения, постиндустриальная экономика, модернизация экономики, виртуальная экономика, виртуализации социально-трудовых отношений, модернизация социально-трудовых отношений.

Постановка проблемы. Формирование постиндустриальной экономики в России, необходимость придания ей инновационного характера развития предполагают соответствующие изменения в социально-трудовых отношениях. Реформирование социально-трудовых отношений, осуществленное в конце XX века, оказало существенное влияние на субъекты социально-трудовых отношений, характер их взаимосвязей, институты, регулирующие их функционирование. Для многих россиян уделом стала не просто бедность, а нищета, причем в число бедных попали инженерно-технические работники, ученые, работники культуры, просвещения, здравоохранения, высококвалифицированные рабочие.

Изложение материала исследования. Накопленный человеческий капитал используется крайне неэффективно, права работников нарушаются, хотя зафиксированы в Конституции РФ, Трудовом кодексе РФ и постановлениях Правительства РФ. Реальные процессы функционирования социально-трудовых отношений не отвечают целому ряду положений и конвенций МОТ, несмотря на их ратификацию Россией.

Необходимость модернизации экономики, в широком контексте этой проблемы, понимается как обществом в целом, так и его отдельными социальными группами. Однако модернизации социально-трудовых отношений как комплексной проблеме уделяется недостаточно внимания, акцент делается на материально-техническую составляющую модернизационного процесса в экономике. В современной экономике существенно повышается роль человека, в то же время влияние, оказываемое социально-трудовыми отношениями на развитие экономики, явно недооценивается.

Кроме того, вступление человечества в своем развитии в стадию создания постиндустриальной экономики, в которой большую роль играют информационно-коммуникационные технологии, компьютеризированные системы, активно протекают процессы информатизации и глобализации, меняющие экономические основы жизнедеятельности людей. В рамках постиндустриальной экономики формируется виртуальная экономика. Важными процессами, характеризующими ее, являются развитие и распространение Интернет-технологий, создание виртуальных предприятий, перенос в электронную среду сети Интернет различных видов социально-экономической деятельности.

Экономические изменения затрагивают и социально-трудовые отношения. Их субъекты могут взаимодействовать между собой на расстоянии с помощью информационно-коммуникационных технологий, то есть виртуально. Осуществляется переход от традиционных социально-трудовых отношений к виртуальным, а сам процесс получает название виртуализации. Он оказывает огромное влияние на все элементы социально-трудовых отношений. В первую очередь, изменения касаются занятости и рынка труда как важнейших элементов социально-трудовых отношений.

Процесс виртуализации социально-трудовых отношений получил широкое распространение в развитых странах. Для нашей страны характерны более медленные темпы его развития, что во многом объясняется высокой стоимостью Интернет-услуг, нерешенностью ряда организационно-правовых вопросов, связанных с его функционированием, а также слабой изученностью этого процесса в теоретическом аспекте.

Проблема модернизации социально-трудовых отношений практически не рассматривается в теоретическом плане. Не определены и практические шаги в направлении модернизации социально-трудовых отношений. Это можно объяснить как различными подходами к оценке модернизационных процессов в целом, так и специфическими особенностями модернизации в России.

Модернизация социально-трудовых отношений предполагает обеспечение ряда условий, которые должны быть четко представлены и обоснованы. Реализация модернизационных проектов связана со значительными денежными вложениями, грамотным налоговым стимулированием, обоснованной экономической, модернизационной и социальной политикой.

Модернизация социально-трудовых отношений может осуществляться на основе обоснованной экономической, модернизационной и социальной политики, реализации государством модернизационной

функции, активного внедрения инноваций во все сферы экономической и социальной жизни.

В процессе модернизации социально-трудовых отношений необходимо выявить факторы, способствующие ей или тормозящие ее. Так, заимствование институтов западного типа не дает положительных результатов в развитии социально-трудовых отношений и повышении их эффективности. Тревогу вызывают деформационные процессы в сфере образования. За последние пятнадцать лет численность учащихся в учреждениях начального профессионального образования и в средних специальных учебных заведениях снизилась, тогда как количество студентов за этот период возросло почти в два раза. При стремительном росте количества вузов, качество подготовки кадров снижается даже в самых престижных из них.

Модернизация социально-трудовых отношений предполагает преодоление устойчивой тенденции к занижению стоимости рабочей силы при явной пассивности государственных и общественных структур. Решению этой проблемы не способствует ликвидация Минтруда, малое влияние оказывают и такие институты, как РСПГТ и ФНПР. Опыт модернизации социально-трудовых отношений в ряде стран Запада показывает, что в период структурной перестройки (1960–1970-е годы) государство стимулировало внедрение новых машин и технологий, в том числе путем существенного повышения установленного законом минимального размера заработной платы (с целью интенсивной замены живого труда).

Занижение стоимости рабочей силы приводит к явлению, когда занятость населения (важнейший элемент социально-трудовых отношений) не позволяет формировать доходы, способные удовлетворять элементарные потребности работников, что при сужении масштабов социальной поддержки и массивном расширении сферы платных услуг грозит нарастанием кризисных процессов в обществе.

Таким образом, для успешного решения задач по модернизации экономики России на современном этапе ее развития необходимо выработать четкие концептуальные подходы к реализации практических мер по модернизации социально-трудовых отношений.

Основой разработки теории модернизации социально-трудовых отношений выступают концептуальные идеи и положения различных школ и направлений экономической теории, экономики труда, инноватики, теории управления.

Модернизация рассматривается как одна из форм развития социально-трудовых отношений, выступает как многоаспектный процесс, затрагивающий различные стороны социально-трудовых отношений; определены её основные типы (классический и догоняющий), виды (западный, восточный и смешанный) и формы (первичная, вторичная, эволюционная и диффузионная), имеющие место на различных уровнях национальной экономической системы; выявлены особенности модернизации социально-трудовых отношений в России, связанные с направлением процессов модернизации социально-трудовых отношений, идущих от директивной плановой экономики к рыночной; модернизация социально-трудовых отношений в России в условиях становления инновационной экономики обладает чертами не только догоняющего типа, ей присущ смешанный вид характерны диффузионные формы, что предполагает выработку дифференцированных мер регулирования социально-трудовых отношений.

Выводы. Рассмотрев систему социально-трудовых отношений и ее развитие в современных условиях России, можно сделать следующие выводы: система социально-трудовых отношений выступает как социально-экономическое явление; возникающие в силу ряда объективных причин и развивающиеся взаимозависимости субъектов, обусловленные социально-экономическими и правовыми аспектами трудового процесса, нацелены на регулирование качества трудовой жизни и проявляются в определенных тенденциях этого процесса.

Их можно классифицировать как форму социально-экономических отношений, то есть отношения, возникающие в социально-экономической системе и имеющие экономические и социальные формы проявления. В связи с этим, на формирование социально-трудовых отношений оказывают влияние факторы: внешние; внутренние; специфические, которые развиваются эволюционно, вместе с развитием трудовых отношений, приобретая со временем более структурированный характер.

Социально-трудовые отношения как социально-экономическая категория имеет определенные структурные составляющие, позволяющие представить их комплексно: объекты; субъекты; уровни социально-трудовых отношений; предметы социально-трудовых отношений и их структура; принципы и механизмы регулирования; типы социально-трудовых отношений. Структурные составляющие социально-трудовых отношений развиваются вместе с самой категорией и проявляются в основных элементах системы этих отношений.

Система социально-трудовых отношений развивается на основе трансформации, реформирования, что объективно предполагает их модернизацию. Под модернизацией социально-трудовых отношений следует понимать достижения системой социально-трудовых отношений состояния социализации отношений, которая выводит ее на уровень, адекватный современному этапу развития социально ориентированной рыночной экономики. Модернизация социально-трудовых отношений-многоаспектный процесс, касающийся как субъектов социально-трудовых отношений, так и других элементов.

На модернизационные процессы и развитие социально-трудовых отношений в России оказали определенное воздействие и повлекли за собой создание новых форм социально-трудовых противоречий:

особенности исторического развития страны и связанные с ними тенденции и процессы — приватизация, глобализация, развитие информационных и коммуникационных технологий и другие. Развитие социально-трудовых отношений может осуществляться на основе процессов трансформации, модернизации и других.

При этом следует учитывать в процессе осуществления модернизации социально-трудовых отношений ментальность российского работника. Модернизация социально-трудовых отношений связана как с наймом, так и с использованием рабочей силы, отношениями занятости, что находит отражение в развитии кратковременной занятости, виртуальности, лизинге и т.д.

В условиях формирования постиндустриальной экономики возрастает роль государства на основе реализации «новых» функций и сокращения сферы «традиционных». К сожалению, эта закономерность недостаточно проявляется в российских условиях. Практически не сформирована теоретико-методологическая база исследования модернизационной функции государства.

Основными направлениями модернизации социально-трудовых отношений являются ликвидация бедности и избыточного неравенства. Учитывая роль оплаты труда и доходов населения в мотивационной системе социально-трудовых отношений, именно ликвидация бедности и избыточного неравенства следует рассматривать как главное направление модернизации социально-трудовых отношений, особенно актуальна эта проблема в рамках регионализации социально-трудовых отношений.

Под влиянием процессов постиндустриального развития развивается: виртуализация социально-трудовых отношений, выступающая как одно из важных направлений модернизации социально-трудовых отношений в целом. В российских условиях процессы виртуализации в силу ряда объективных и субъективных причин развиваются более медленно.

Модернизационные процессы должны охватить и систему социальной защиты от безработицы. Современные социально-трудовые отношения в западноевропейской модели защищены от рисков безработицы. Модернизация социально-трудовых отношений в России требует создания развернутой системы их социального страхования. Ведущим направлением в этих процессах следует признать страхование от безработицы, позволяющее стабилизировать процессы функционирования рынка труда и общую экономическую обстановку.

Модернизация социально-трудовых отношений в качестве организационно-правовых основ может опираться на документы и материалы международной организации труда. Особенно важно подчеркнуть необходимость их использования в процессе выработки модернизационной политики как государства, региональных властей и руководителей организаций. Модернизация социально-трудовых отношений — объективно необходимый процесс их развития в современных российских условиях. Тема достаточно многогранна и предполагает дальнейшее исследование данной проблемы.

Литература

1. Актуальные проблемы экономики России : межвуз. науч. сб. — Саратов : Научная книга, 2005. — 223 с.
2. Барков С.А. Организации в постиндустриальной экономике / Барков С.А. — М. : РГОТУПС, 2002. — 100 с.
3. Белоусов А. Р. Развитие российской экономики в среднесрочной перспективе: анализ угроз / А.Р. Белоусов // Проблемы прогнозирования. — 2004. — № 1. — С. 3–25.
4. Блинов А. Внедрение системы управления по целям в российских условиях / А. Блинов // Проблемы теории и практики управления. — 2004. — № 1. — С. 86–91.
5. Дудко В.Н. Модернизация социально-трудовых отношений: теория, методология, практика / В.Н. Дудко. — Саратов : ПАТА, 2008. — 168 с.
6. Шлихтер А.А. Влияние информационных технологий на занятость и эффективность труда: развитые страны / А.А. Шлихтер // Менеджмент за рубежом. — 2005. — № 5. — С. 3–25.

Надійшла 14.04.2011

ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ У ХЛІБОПЕКАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Визначені основні фактори впливу на обсяги виробництва продукції хлібопекарських підприємств. На основі побудови оптимізаційної моделі запропоновано оптимальний план обсягів виробництва хлібобулочних виробів в асортименті для конкретного підприємства.

The main factors of influence on the volumes of bakery enterprise's goods production are determined. On the base of optimization model the optimal plan of volumes bakery enterprise's goods production in the range is proposed for the particular company.

Ключові слова: якість продукції, хлібопекарське підприємство, оптимальний план виробництва.

Постановка проблеми в загальному вигляді. За сучасних умов господарювання на будь-яких підприємствах актуальність управління якістю визначається її спрямованістю на забезпечення такого рівня якості продукції й послуг, який може в найбільшій мірі задовольняти всі запити споживачів. Без постійного поліпшення якості неможливе досягнення і підтримка ефективної економічної діяльності підприємства. В свою чергу, без забезпечення якості, відповідної вимогам споживачів, неможливо раціонально інтегрувати національну економіку в світове господарство і зайняти в ній гідне місце. За обставин жорстокої економічної боротьби за ринок збуту продукції підприємства розвинених країн все більше використовують ефективний інструмент забезпечення успіху – системи менеджменту якості [1, с.359]. В період становлення економіки України, як незалежної держави, створення систем менеджменту якості у хлібопекарських підприємствах і систем сертифікації в національному масштабі, які б відповідали міжнародним нормам і правилам, є важливим положенням вирішення загальних проблем економічного і соціального розвитку. Таким чином, впровадження оптимального плану обсягів виробництва хлібобулочних виробів в асортименті дозволить успішно розвиватися хлібопекарським підприємствам як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, що й обумовлює актуальність теми дослідження.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання, пов'язані з управлінням якістю продукції на підприємствах, знайшли відображення в роботах як вітчизняних, так і закордонних вчених, зокрема: Л. Бадалова, Г. Байера, О. Глудкіна, Е. Демінга, Д. Джурана, К. Ісікави, Р. Каплена, В. Качалова, Ф. Кросбі, В. Лапідуса, Ф. Ніксона, В. Тимофеева, І. Чайки та інших науковців. В той же час широке коло проблем з даної тематики залишається дискусійними. Так, питання щодо впровадження та удосконалення систем менеджменту якості на підприємствах, а також питання стосовно сертифікації продукції у хлібопекарських підприємствах України, на наш погляд, потребують подальших досліджень.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є оптимізація обсягів виробництва продукції хлібопекарських підприємств в асортименті як один із шляхів вдосконалення управління якістю продукції суб'єктів підприємницької діяльності в галузі харчової промисловості.

Вклад основного матеріалу дослідження. Протягом останнього десятиліття вітчизняними і зарубіжними вченими розроблені методики, використання яких на практиці істотно підвищує якість складання планової документації. Ці методики загальнодоступні за змістом обчислювальних процедур, включають арифметичні та логічні дії, що виконуються в певній послідовності [2, с.92]. І не зважаючи на те, що їх використання збільшує обсяги робіт щодо збору й обробки інформації, переваги виявляються вельми значними.

Зазначимо, що виробництво продукції на підприємствах харчової промисловості здійснюється під впливом дії безлічі внутрішніх і зовнішніх чинників, до яких можна віднести: характер виробництва і постачання, потребу в продукції, зміну попиту населення, конкуренцію, наявність сировинних і енергетичних ресурсів, виробничі можливості, забезпеченість трудовими, фінансовими й іншими ресурсами тощо. Однак при розрахунку плану випуску продукції велике значення мають розробка і обґрунтування показників обсягу виробництва з урахуванням асортименту товарів. Якщо проаналізувати виробництво конкретного виду продукції, то можна виявити можливість його виробництва декількома технологічними способами з використанням різних взаємозамінних виробничих ресурсів. Проведені нами дослідження, дають ґрунтовні підстави стверджувати про те, що взаємозамінні ресурси і засоби виробництва не є цілком однорідними, а мають притаманні лише їм особливості. А це, в свою чергу, обумовлює те, що насправді існує необмежена кількість варіантів використання виробничих ресурсів.

Різні технологічні способи і варіанти використання ресурсів вимагають неоднакових витрат і, звичайно ж, приносять неоднаковий економічний ефект. Якщо витрати і результати виробництва за всіма варіантами можуть бути підраховані й зіставлені, виникає необхідність відібрати з них найефективніші. На заключному етапі це завдання звужується до виявлення єдиного варіанту – оптимального плану, який за даних умов є найефективнішим, у порівнянні з іншими. Розробка оптимального плану виробництва хлібобулочної продукції є доволі непростою справою. Для знаходження оптимального варіанту необхідна

розрахункова методика, яка дозволяла б із безлічі можливих шляхів обрати один, що є найоптимальнішим з точки зору певного критерію. Більш того, за характером поставленого завдання число конкуруючих варіантів, з яких необхідно зробити вибірку, як правило, буває дуже великим. Це пояснюється тим, що на підприємствах харчової промисловості зазвичай доводиться планувати витрати будь-яких ресурсів, які можуть бути використані з різною ефективністю і за різними напрямками. Різні варіанти плану можуть розглядатися як можливі й допустимі, якщо вони реальні, тобто забезпечені необхідними виробничими ресурсами. Але в той же час вони можуть бути нерівноцінними з точки зору критерію оцінки якості плану (критерію оптимальності). Той з допустимих варіантів плану, який найкраще задовольняє критерій оптимальності, і є оптимальним.

Пошуки оптимального варіанту плану виробництва продукції є одним із шляхів вдосконалення управління якістю продукції суб'єктів підприємницької діяльності в галузі харчової промисловості та завданням, вирішення якого можливо з використанням спеціальних економіко-математичних моделей. При цьому мають бути дотримані певні обмеження у використанні ресурсів, а оцінка ефективності планів повинна проводитися відповідно до критерію, який встановлюється заздалегідь. Так, асортимент продукції хлібопекарських підприємств надзвичайно різноманітний. Саме тому виникають труднощі у плануванні асортиментних співвідношень. Асортимент продукції хлібопекарських підприємств повинен задовольняти потреби населення, відповідати профілю і спеціалізації підприємства та водночас забезпечувати високі техніко-економічні показники розвитку. Випуск продукції в асортименті, який відповідає попиту, створює умови для більш швидкої реалізації продукції. В свою чергу безперешкодна реалізація сприяє більш ефективному використанню оборотних коштів, зростанню показників господарської діяльності.

Поряд із задоволенням попиту, оптимальне планування випуску продукції повинно забезпечити й доцільне використання виробничих ресурсів, при якому показник, обраний як критерій оптимальності, досягає найвищого значення. У плануванні випуску продукції велике значення має формування критерію оптимальності, відповідно до якого і вирішується поставлене завдання, оскільки оптимальний план використання ресурсів при одному критерію може виявитися далеко не оптимальним при іншому. Критерієм оптимальності можуть виступати вартісні й натуральні показники, але при плануванні виробничої програми хлібопекарських підприємств доцільно застосовувати в якості критерію вартісні показники. Це підтверджується тим, що збільшення обсягів випуску продукції у вартісному вираженні сприяє не лише якісному задоволенню потреб населення у хлібі та хлібобулочних виробках, але й збільшенню накопичень підприємства. Прибуток є найважливішим показником, що визначає економічний стан підприємства, рівень рентабельності й конкурентоспроможність продукції.

Слід зазначити, що вирішення оптимізаційної задачі складається з чотирьох етапів, зокрема: побудова економіко-математичної моделі; розрахунок оптимального плану; аналіз результатів вирішення; внесення корективів [3, с.135]. Побудова робочої моделі включає в себе вибір цільової функції та формування обмежень за всіма видами ресурсів, які стосуються обраних критеріїв. Застосування даної методики ми проведемо на прикладі ВАТ "Лебединський хлібокомбінат". Так, необхідно визначити оптимальний обсяг випуску хлібобулочних виробів в асортименті, який би забезпечив підприємству належний рівень прибутку, і при цьому задовольнив потреби споживачів, враховуючи обмеження щодо попиту окремих видів продукції, функцій обладнання та фінансових ресурсів організації. Таким чином, ставиться асортиментна задача, в якій на основі обліку внутрішніх ресурсів обраного суб'єкта господарювання, зокрема ліміту сировини, і окремих зовнішніх вимог необхідно визначити виробничу програму. Іншими словами, враховуючи можливості досліджуваного підприємства, необхідно визначити оптимальний асортимент хлібобулочних виробів, який би забезпечив підприємство належним рівнем прибутку, і при цьому задовольнив споживачів своїм складом. Отже, потрібно оптимізувати виробничу програму за критерієм максимального прибутку, враховуючи обмеження щодо попиту населення на окремі види продукції, належного обладнання та фінансовим ресурсам підприємства.

Вихідними даними для такого розрахунку є:

- 1) виробництво продукції у вартісному виразі за видами (одиниці вимірювання);
- 2) оптові ціни кожного виду на одиницю продукції (грн.);
- 3) прибуток на одиницю продукції (грн.);
- 4) рентабельність продукції (грн.);
- 5) річна потужність обладнання (грн.).

Цільова функція полягає у визначенні обсягу випуску кожного виду продукції, при яких буде отримано максимальний прибуток з урахуванням обраних обмежень щодо продуктивності обладнання, попиту та фінансових ресурсів.

$$F(x_i) \Rightarrow \sum_{i=1}^n p_i x_i \Rightarrow \max, \quad (1)$$

де n – кількість видів продукції;

p_i – питомий прибуток, грн/тон у продукції;

x_i – оптимальний випуск продукції, який встановлюється на основі результатів, для ($p = \Pi - C$);

Π – оптово-випускна ціна виду продукції, грн./т.;

C – собівартість одиниці виду продукції, грн./т.

Вводимо наступні обмеження щодо:

1) щодо попиту : $d_{i \max} \leq x_i \leq d_{i \min}$, де $d_{i \max}$ і $d_{i \min}$ – рівень попиту для кожного i -го виду продукції – відповідно мінімальний і максимальний;

2) щодо можливостей обладнання: $\sum x_i K_\gamma \leq K_\gamma$; $i=1$

де $\gamma = 1,2$; m – кількість потокових ліній; K_γ – потужність відповідної лінії;

3) щодо фінансових ресурсів: $\sum a_i x_i \leq A$, де a_i – норма витрат коштів на одиницю i -го виду продукції;

A – наявні фінансові ресурси для забезпечення планового обсягу виробництва.

Отримана цільова функція має вигляд:

$$F(x) = 930X_1 + 330X_2 + 417X_3 + (-28)X_4 + 198X_5 + 313X_6 + 108X_7 + 770X_8 + 404X_9 + 1934X_{10} + 1893X_{11} + 1084X_{12} \rightarrow \max, \quad (2)$$

де X_1 – обсяг випуску виробу - Батон степовий;

X_2 – обсяг випуску виробу – Батон соціальний;

X_3 – обсяг випуску виробу – Хліб новий пшеничний формовий I гатунку;

X_4 – обсяг випуску виробу Хліб білий соціальний формовий;

X_5 – обсяг випуску виробу – Хліб Дарницький подовий;

X_6 – обсяг випуску виробу – Хліб селянський формовий;

X_7 – обсяг випуску виробу – Хліб Дарницький подовий соціальний 0,7;

X_8 – обсяг випуску виробу – Хліб висівковий 0,3;

X_9 – обсяг випуску виробу – Булка апетитна 0,3;

X_{10} – обсяг випуску виробу – Булка смачна 0,4;

X_{11} – обсяг випуску виробу – Булка смачна 0,5;

X_{12} – обсяг випуску виробу – Булка калорійна 0,4.

Мінімальні та максимальні межі попиту на хлібобулочну продукцію формуються відповідно із дослідженнями відділу маркетингу. У даному випадку попит майже на всі види хлібобулочних виробів останнім часом знизився. У модель задачі було включено також хліб новий пшеничний формовий I-го гатунку. Обсяги виробництва даного виду продукції було взято із урахуванням його збільшення, передбаченим у проектній частині. За результатами проведеної оптимізації, прогнозовані обсяги виробництва таких видів, як батон степовий та батон соціальний зросли відповідно у 4%, обсяги виробництва хліба білого соціального формового збільшились більше, ніж на 54%. Поряд з таким стрімким підвищенням спостерігається і спад обсягів виробництва окремих хлібобулочних виробів, таких як хліб новий пшеничний I г, хліб Дарницький подовий, хліб селянський формовий, хліб висівковий 0,3, булка смачна 0,3, булка смачна 0,5, булка калорійна 0,4, що обумовлено зниженням попиту на ці види продукції; такі види продукції як хліб Дарницький подовий соціальний 0,7 та булка апетитна 0,3 ми пропонуємо взагалі зняти з виробництва (табл. 1).

Таблиця 1

Оптимальний план обсягів виробництва хлібобулочних виробів в асортименті для ВАТ “Лебединський хлібокомбінат”

Показники одиниця виміру	Значення показників		Абсолютні відхилення, (+,-)	Відносні відхилення, %
	до проведення оптимізації	після проведення оптимізації		
1. Випуск продукції – всього в тому числі в асортименті:	1226,4	1211	-16	-1,3
Батон степовий	99,0	500	401	в 4,1 рази
Батон соціальний	13,2	280	267	в 20,2 рази
Хліб новий пш.ф. I гат.	495,0	63	-432	-87,2
Хліб білий соціальний ф.	23,8	37	13	54,2
Хліб Дарницький под.	102,3	50	-52	-51,1
Хліб селянський ф.	204,6	100	-105	-51,1
Хліб Дарницький подов.соц. 0,7	16,5	0	-17	-100,0
Хліб висівковий 0,3	18,0	20	2	8,5
Булка апетитна 0,3	29,0	0	-29	-100,0
Булка смачна 0,4	133,0	141	8	6,4

Булка смачна 0,5	40,0	10	-30	-75,0
Булка калорійна 0,4	52,0	10	-42	-80,8
2. Обсяг товарної продукції	3719,2	4309,6	590,4	15,9
3. Витрати на виробництво	2906,1	3366,0	459,9	15,8
4. Загальний прибуток	813,0	943,6	130,5	16,1
5. Рентабельність продукції	28,0	28,1	0,1	x
6. Витрати на 1 грн. тов.прод.	78,14	78,11	-0,03	0,04
7. Потреба у сировині :				
Потреба у борошні	877,33	859,34	-17,99	-2,1
- в тому числі:				
Борошно житнє	260,82	670,64	409,83	в 1,6 рази
Борошно пшеничне вищ. гат.	486,52	128,43	-358,08	-73,6
Борошно пшеничне I гат.	130,00	60,27	-69,73	-53,6
Потреба у інших видах сировини:				
Витрати інших видів сировини:	1,53	1,65	0,13	8,5
Сіль	11,75	11,45	-0,30	-2,6
Дріжджі	19,40	16,58	-2,82	-14,5
Цукор	23,66	34,94	11,28	47,7
Маргарин	22,29	32,81	10,52	47,2
Яйце	7,87	1,28	-6,59	-83,8
Ванілін	0,03	5,49	5,46	в 173,5рази
Ізюм	4,61	0,02	-4,58	-99,5
Часник	0,49	0,88	0,40	80,6
8. Загальна потреба у коштах	2,5	1,9	-0,65	-25,7

Так, використовуючи запропонований оптимальний план обсягів виробництва хлібобулочних виробів в асортименті, ВАТ “Лебединський хлібокомбінат” матиме можливість підвищити обсяг виробленої продукції у вартісному вираженні майже на 16%, в результаті чого збільшаться і загальні витрати на виробництво продукції відповідно на 16%, величина прибутку при цьому збільшиться на 130,5 тис. грн, а рентабельність продукції на 0,1 %, що, безперечно, є дуже позитивним і ще раз підтверджує правильність оптимального рішення. Підкреслимо, що при цьому загальна потреба у фінансових ресурсах та витрати на 1 грн товарної продукції знизяться на 26% та 0,04% відповідно. Таким чином, оптимальна структура асортименту хлібобулочних виробів може бути використана при розробці виробничої програми підприємства на наступний період.

Висновки. Отже, управління якістю продукції в хлібопекарських підприємствах необхідно розглядати як сукупність взаємопов'язаних та скоординованих механізмів і дій керівників, інженерів, менеджерів, робітників, які забезпечують створення й виготовлення продукції, що повністю задовольняє смаки та побажання споживачів при мінімальних затратах праці, матеріалів, енергії. Вдосконалення якості продукції відображається у збільшенні її асортименту та призупинення виробництва продукції, яка взагалі не користується попитом. Додатковий прибуток може створюватись за рахунок підвищення ціни на продукцію вищого сорту, а при підвищенні якості продукції необхідно враховувати її собівартість та створювати умови, що гарантуватимуть подовження строку випуску нового виробу. Економічна ефективність цього полягає в додатковому прибутку підприємства, що отримується від виробництва і реалізації продукції підвищеної якості.

Крім того, проблема управління якістю продукції у хлібопекарських підприємствах є комплексною, зокрема: науковою, технічною, економічною і соціальною, у вирішенні її повинні приймати участь висококваліфіковані спеціалісти, які вільно володіють сучасними методами управління якістю, незалежно від того, в якому секторі вони працюють: державному чи приватному, на великих підприємствах чи в малому і середньому бізнесі.

Література

1. Клецова Н. В. Особливості маркетингового менеджменту на підприємствах / Н. В. Клецова, О. В. Яценко // Економіка і управління в умовах глобалізації : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 1–7 грудня / Мін-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, Ін-т економіки і упр. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2010. – С. 359–362.
2. Клецова Н. В. Методи оцінки рівня розвитку інвестування сільськогосподарських підприємств в умовах ринкової нестабільності / Н. В. Клецова // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія “Економіка та менеджмент”. – 2010. – № 5/2 (40) – С. 89–96.

3. Програмне забезпечення ЕОМ. Табличні процесори: практикум роботи в MS EXCEL : навч. посібн. / [Є.А. Лавров, Н.Б. Пасько, Г.А. Смоляров, Т.І. Хачумян]. – Суми : Слобожанщина, 2001. – 260 с.

Надійшла 03.04.2011

УДК 658.5

О. В. КОВАЛЕНКО

Запорізька державна інженерна академія

АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ — ЗАПОРУКА СТАБІЛЬНОСТІ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВА

Розглядається необхідність антикризового управління в сучасних умовах господарювання, наводяться основні визначення поняття «антикризове управління підприємством» та заходи, необхідні для подолання кризової ситуації на підприємстві.

Necessity of anti-recessionary management for modern conditions of managing is considered, the basic definitions of concept «anti-recessionary operation of business» and actions necessary for overcoming of a crisis situation at the enterprise are resulted.

Ключові слова: економічна криза, кризова ситуація, антикризове управління підприємством.

Вступ. Проблема дослідження можливостей виживання в умовах глобальної економічної кризи являється на сьогодні однією із самих актуальних для всіх господарюючих суб'єктів. Так, огляд економічної періодики та аналіз реальної економічної ситуації на Україні і за кордоном показують, що кризові ситуації частішають, а їх наслідки набувають все більших масштабів. За умов поширення глобалізаційних процесів у світі, країни, що розвиваються, стають найбільш вразливими під час виникнення кризи, спричиненої економічними, фінансовими, технологічними та іншими факторами. З огляду на це, організації повинні адаптуватись до тих умов, що створюються факторами зовнішнього середовища, а внутрішні керовані фактори повинні визначати можливість антикризової діяльності та адаптації фірми.

Постановка задачі. Реформування економіки України почалося і продовжується на фоні глибокої кризи всіх її сфер і галузей. Низька ефективність, відсутність дієвих стимулів підприємницької активності, значні структурні диспропорції, інфляційні катаклізми, низький рівень конкурентоспроможності вітчизняних товарів на зовнішньому та внутрішньому ринках — далеко неповний перелік спадщини, залишеної нам адміністративно-командною системою. Антикризове управління підприємством у провідних компаніях країн із розвинутою ринковою економікою є невід'ємним елементом єдиної системи управління підприємством і являє собою систему заходів, спрямованих не тільки на вихід підприємства з кризи, але і на запобігання входження в таку ситуацію. Процес антикризового управління в таких компаніях проводиться постійно: починаючи зі створення компанії і протягом усіх наступних життєвих циклів підприємства [6, с.6-7]. Забезпечення антикризової діяльності на постійній основі дає змогу цілеспрямовано формувати ефективну підсистему управління підприємством в кризових ситуаціях. Усвідомлення необхідності формування, а також ролі, місця та варіантів побудови системи антикризового управління на підприємстві як особливої підсистеми — нагальна проблема, що потребує подальшого розгляду.

Результати дослідження. У будь-який момент існує небезпека кризи, навіть тоді, коли криза не спостерігається, коли її фактично немає. Це визначається тим, що в управлінні завжди існує ризик, що соціально-економічна система розвивається циклічно, розвивається динамічно зовнішнє середовище, що міняється, співвідношення керованих і некерованих процесів, змінюються люди, їх потреби й інтереси [1, с.30].

Антикризове управління — це управління, яке спрямовано на передбачення небезпеки кризи, аналіз її симптомів і усунення загроз появи кризових ситуацій, а в разі їх появи — аналіз і прийняття швидких заходів ліквідаційного характеру з найменшими втратами та негативними наслідками. Велике значення при цьому має використання факторів кризи для наступного розвитку підприємства. Тому основною метою антикризового управління є забезпечення гарних результатів — запланованих чи випадкових — за допомогою здорової організації, що досягається шляхом використання оточення на основі добре поставленого управління людьми і комунікаціями [2, с.23]. Антикризове управління має певні особливості, до основних з яких слід віднести: специфічність мети здійснення, специфічність управлінського інструментарію; ресурсні обмеження; часові обмеження; орієнтація на розв'язання проблем, а не тільки їх зовнішніх проявів; орієнтація та мінімізацію втрат усіх його учасників (власників, кредиторів, персоналу, держави); інноваційний характер. Розкриваючи сутність антикризового управління, прийнято виділяти п'ять функцій антикризового управління (цілевизначення, планування, організація, мотивація, контроль) та два поєднувальних процеси

(прийняття рішень і комунікації), що об'єднують окремі функції в єдиний процес управління [3, с.38-39].

Усю сукупність проблем, які вирішує антикризове управління, можна представити чотирма групами. Перша група включає проблеми розпізнавання передкризових ситуацій. Друга група проблем антикризового управління пов'язана з ключовими сферами життєдіяльності організації. Проблематику антикризового управління можна представити й диференціацією технологій управління (третя група проблем). Вона включає в самому загальному вигляді проблеми прогнозування криз і варіантів поведінки соціально-економічної системи в кризовому стані, проблеми пошуку необхідної інформації і розробки управлінських рішень. Проблеми аналізу й оцінки кризових ситуацій також мають велике значення. Тут існує безліч обмежень за часом, кваліфікацією персоналу, методологією й організацією вирішення проблем в умовах кризового функціонування організації, недостатності інформації й ін. У цій же групі можна розглядати і проблеми розробки інноваційних стратегій, що сприяють виводу організації з кризи. Четверта група проблем включає конфліктологію і селекцію персоналу, що завжди супроводжує кризові ситуації. Антикризове управління складом своїх типових проблем відбиває ту обставину, що воно є особливим типом управління, що володіє як загальними для управління рисами, так і неспецифічними його характеристиками. Оскільки організації являють собою створені людьми системи, то внутрішні перемінні, в основному, є продуктом управлінських рішень [1, с.32]. На наш погляд, сучасне антикризове управління треба розглядати як управління, яке здатне випереджати або пом'якшувати кризи, а також утримувати функціонування підприємства в режимі виживання в даний період і виводити його із кризового стану з мінімальними витратами. Згідно з таким тлумаченням, політика антикризового управління є частиною загальної фінансової стратегії підприємства та полягає в розробці системи засобів попередньої діагностики загроз банкрутства та задіяння механізму фінансового оздоровлення підприємства, що забезпечує його сталий розвиток. Антикризове управління істотно відрізняється від традиційного управління підприємствами, має свою специфіку, що пов'язана з суттєвими змінами в умовах діяльності підприємства, а також з непередбачуваністю ситуації та новими управлінськими проблемами. Задачу виходу з кризи та підвищення фінансово-економічної стійкості підприємств не можна розглядати як стислий у часі одноразовий діловий прийом, або як набір необхідних активних дій менеджменту із застосуванням інструментарію усунення неплатоспроможності боржника. Це динамічний процес, в якому процес управління підприємством після кризи має окреме функціональне призначення. Так, можна стверджувати, що превентивне, стабілізаційне та післякризове управління реалізують такі етапи (табл. 1).

Аналіз різноманітних поглядів на змістовну сутність антикризового управління дозволив обґрунтувати доцільність поширення антикризового менеджменту на всі стадії розвитку кризи. На нашу думку, доцільним є розмежування антикризового менеджменту та управління підприємством-боржником, оскільки вони відрізняються характерними ознаками, завданнями та сферами розповсюдження.

Комплексна система превентивного управління кризами, яка полягає в постійному моніторингу та своєчасному реагуванні на «слабкі сигнали-індикатори» про виникнення загрози, здатна запобігти неплатоспроможності та банкрутств підприємства, оскільки є час для підготовки відповідних контрзаходів залежно від сили та змісту сигналів.

Найскладнішим завданням антикризового управління є підбір індикаторів загрози банкрутства та визначення критеріїв їх інтерпретації, до яких слід віднести ринкові індикатори, що дають можливість виявити тенденції на ринках, на яких здійснює свою діяльність підприємство; загальноекономічні індикатори, які дають змогу своєчасно виявити зміни в тенденціях розвитку кон'юнктури економіки в цілому; політичні індикатори впливу на діяльність підприємств; технологічні індикатори; соціальні індикатори; внутрішні індикатори діяльності підприємства.

Якщо внутрішні загрози насамперед впливають на діяльність компанії та її стійкість, а потім можуть позначитися на ринку в цілому, то зовнішні — породжуються спільними діями усіх учасників, впливають на безпеку держави, її фінансову систему, реальний сектор економіки і, зрештою, на безпеку окремого підприємства.

Важливим чинником у забезпеченні стабільної діяльності окремого підприємства, як і будь-якого іншого суб'єкта господарювання, є законодавчо закріплений обов'язок інститутів влади створювати механізми захисту національних фінансово-економічних інтересів і протидіяти впливу зовнішніх і внутрішніх загроз. Українські економісти визначають об'єктами антикризової складової нестійкі мікроекономічні системи, які через управлінські помилки, несвоечасність чи некомпетентність, а, можливо, і через зловмисність прийнятих рішень потрапляють у кризовий стан, що може призвести до банкрутства чи ліквідації підприємства. Тобто автори наполягають на тому, що криза на підприємстві у 80% випадків спричиняється помилками вищого управлінського персоналу [4, с. 160].

Внутрішні індикатори загрози фінансовій стійкості породжуються неадекватною фінансово-економічною політикою компанії; помилками, зловживаннями структурних підрозділів та окремих спеціалістів; відсутністю контролю за збереженням фінансової інформації; помилками в управлінні фінансами компанії, а також неефективним менеджментом і маркетингом, недостатньо диверсифікованим асортиментом продукції.

Етапи та зміст сучасного антикризового управління промисловим підприємством

Мета	Етап	Зміст	Результат	Обмеження термінів виконання
превентивне антикризове управління				
Функціонування системи та забезпечення її розвитку	Сканування макро-, мезо- та мікросередовища	Моніторинг, безперервне сканування параметрів зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства з метою відстежування слабких сигналів про можливі загрози.	Визначення передумов виникнення кризи і причин, що її породжують. Попереднє прогнозування динаміки розвитку ситуації	Відсутні
	Реалізація програми превентивного антикризового управління	Формування і впровадження програм, що забезпечують запобігання внутрішніх кризоутворюючих факторів або регламентуючих умов адаптації до зовнішніх кризоутворюючих факторів. Контролінг. Бенчмаркінг зовнішній та внутрішній. Збалансована система показників. Аудит бізнес-процесів	Забезпечення нейтралізації загрози кризи, оперативне корегування існуючої тактики і стратегії розвитку	
стабілізаційне антикризове управління				
Виживання системи. Збереження підприємства як господарюючого суб'єкта та відновлення його життєздатності	Діагностика економічного стану	Моніторинг стану підприємства, визначення можливостей, загроз, сильних та слабких сторін діяльності, класифікація і ранжування.	Виявлення реального стану і існуючих загроз, розробка термінових пропозицій і рекомендацій. Коригування бюджетів	Часовий інтервал обмежений у зв'язку із законодавчо встановленим строком для ініціювання процедур фінансового оздоровлення. Суттєві часові обмеження, обумовлені можливими агресивними діями кредиторів підприємства та виникненням загрози ініціювання банкрутства та обмеження дієздатності існуючого керівництва підприємства
	Постановка цілей і завдань	Детальний аналіз кризової ситуації, менеджменту, фінансів, виробництва, маркетингу і персоналу підприємства. Суттєві ресурсні обмеження, пов'язані з неможливістю або складністю отримання додаткових ресурсів, насамперед - фінансових, оскільки залучення фінансових ресурсів в умовах низької (навіть від'ємної) кредитоздатності та інвестиційної привабливості є надзвичайно складним управлінським завданням	Домінанта основних фінансових цілей бізнесу зміщується з набуття максимального значення прибутку та здобуття максимальної рентабельності капіталу до здатності генерувати гроші Виявлення кризо- утворюючих факторів їх кількісна оцінка, підготовка базових матеріалів для складання антикризової програми	
	Розробка програми дій	Формування програми дій шляхом розробки заходів щодо усунення загроз. Генерація пропозицій по оптимізації функціональних структур і підрозділів підприємства, стратегій розвитку	Програма антикризових дій з визначенням переліку робіт, термінів і критеріїв виконання і відповідальних осіб	
	Реалізація програми антикризового управління	Запровадження розробленої в ході попередніх етапів методики виходу із кризової ситуації. Контролінг. Бенчмаркінг зовнішній та внутрішній. Збалансована система показників. Аудит бізнес-процесів	Ліквідація тенденції спаду діяльності. Рейнженірінг бізнес-процесів. Формування бази для поступального розвитку	
післякризове управління				
Функціонування системи та забезпечення її подальшого розвитку	Оцінка посткризового стану	Аналіз наслідків кризи, оцінка ступеня та стадії її розвитку і подолання, прогнозування тенденцій і можливостей подальшого розвитку підприємства	Визначення наявного ресурсного, матеріального, фінансового, інтелектуального, кваліфікаційного потенціалу, термінів, можливостей, тенденцій подальшого розвитку. Орієнтація управлінських зусиль не тільки на зовнішні прояви ускладнень та проблем, а й на їх глибинні корені (причини появи), що є перешкодою повторення кризи	Відсутні
	Планування та прогнозування	Формування місії підприємства. Постановка цілей і завдань, розробка стратегій, програм і заходів щодо їх досягнення з урахуванням наявних ресурсів, загроз і можливостей. Бюджетування	Реалізація бізнес-проекту трансформації та розвитку підприємства. Визначення переліку заходів з його реалізації, значна кількість критеріїв виконання, контрольних параметрів та конкретних виконавців проектів	

Мета	Етап	Зміст	Результат	Обмеження термінів виконання
	Реалізація бізнес-проєкту	Впровадження програми після кризового менеджменту Контролінг. Бенчмаркінг зовнішній та внутрішній. Збалансована система показників. Аудит бізнес-процесів	Підвищення якісних значень показників фінансової, маркетингової, виробничого господарської, інноваційної діяльності підприємства	

Висновки. Подолання економічної кризи найтісніше пов'язане з процесами, що відбуваються у відносинах власності. Причому на тому їх рівні, який визначається якісними змінами у складі власників, формуванням та розширенням того їх прошарку, який здатний до ефективного використання власності.

Дослідження цього процесу виявляється надто важливим з погляду сучасної теорії перехідної економіки. Отже, удосконалення її структури в площині розвитку відносин власності дає змогу розширити уявлення щодо особливостей перебігу кризи на так званих "ринках, що розвиваються."

Антикризове управління істотно відрізняється від традиційного управління підприємствами, має свою специфіку, що пов'язана з суттєвими змінами в умовах діяльності підприємства, а також з непередбачуваністю ситуації та новими управлінськими проблемами. Можна виокремлювати специфіку превентивного, стабілізаційного та післякризового управління, оскільки задачу виходу з кризи та підвищення фінансово-економічної стійкості підприємств не можна розглядати як стислий у часі одноразовий діловий прийом, або як набір необхідних активних дій менеджменту із застосуванням інструментарію усунення неплатоспроможності боржника. Це динамічний процес, в якому процес управління підприємством після кризи має окреме функціональне призначення.

Література

1. Антикризове управління в бізнесі : [учбово-методичний посібник / укл.: В.О. Желябін]. – 2004. – 220 с.
2. Василенко В.О. Антикризове управління підприємством : [навч. посібник] / Василенко В.О. – [2-е вид., виправл. і доп.]. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 504 с.
3. Лігоненко Л.О. Антикризове управління підприємством : [навч. посіб.] / Лігоненко Л.О., Тарасюк М.В., Хіленко О.О. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. – 377 с.
4. Ткаченко А.М. Концептуальні підходи до антикризового управління в сучасних умовах господарювання : [монографія] / Ткаченко А.М., Коваленко О.В., Єлень О.П. – Запоріжжя : Вид-во Запорізької Державної інженерної академії, 2010. – 356 с.
5. Терещенко О.О. Антикризове фінансове управління на підприємстві : [монографія] / Терещенко О.О. – К. : КНЕУ, 2004. – С. 125-126.
6. Штангрет А.М. Антикризове управління підприємством : навч. посіб. / А.М. Штангрет, О.І. Копилук. – К. : Знання, 2007. – 335 с.

Надійшла 03.04.2011

УДК 331.101.3:658

Т. В. УМАНЕЦЬ, О. О. ЛОСІКОВА
Одеський державний економічний університет

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ МОТИВАЦІЇ ВИРОБНИЧОГО ПЕРСОНАЛУ МОРСЬКИХ ПОРТІВ

Розглянуто можливості адаптації теорій мотивації до методики дослідження і практики вирішення проблеми мотивованій діяльності персоналу морських портів з урахуванням сучасних тенденцій їх розвитку. Визначено сутність соціального менеджменту, основою якого є соціальна організація. Розроблено структуру складових людського капіталу в системі мотивації персоналу морських портів. Обґрунтовано сучасне поняття людського капіталу з урахуванням виробничої специфіки морського порту. Розроблена структура механізму формування мотивації персоналу морських портів.

Possibilities of adaptation of theories of motivation in the method of research and practice of decision of problem are considered to the explained activity of personnel of marine ports taking into account the modern tendencies of their development. Essence of social management is certain, the basis of which social organization is. The structure of constituents of human capital is developed in the system of motivation of personnel of marine ports. Ob"routovano modern notion of human capital taking into account the production specific of marine port. Developed structure of mechanism of forming of motivation of personnel of marine ports.

Ключові слова: мотивація персоналу, людський капітал, соціальний менеджмент, мотиватор, капітал мобільності, інтелектуальний капітал, капітал організаційної культури.

За сучасних умов, коли в морських портах України відбувається управлінська реструктуризація,

приспособлення виробництва транспортних послуг до ринкових умов і процесів глобалізації, потрібна реалізація оновленої парадигми менеджменту, а саме соціального менеджменту, який об'єднує в собі сучасне уявлення про менеджмент організацій і менеджмент персоналу, характеризуючи новий етап в розвитку соціально-економічних і трудових відносин на підставі мотивованої поведінки персоналу. Потреби підвищення професійно-кваліфікаційного рівня працівника, раціоналізації режимів праці й відпочинку, вдосконалення норм праці, пошуку нових форм організації праці, вдосконалення матеріального стимулювання, забезпечення сприятливих умов праці та соціально-психологічного клімату в морських портах, хоча і за різними пріоритетами, завжди були актуальними. Про це свідчать багаточисельні дослідження фахівців-транспортників В.М. Лукашевича, В.І. Немчикова, П.С. Нікєрова та ін.

Засновники менеджменту людських відносин (Р. Оуєн, Мері Паркер Фолліт (1868–1933) і Е. Мейо) обґрунтували відому тезу, що продуктивність праці визначається відношенням до неї індивідуального працівника. Е. Мейо на відміну від Ф. Тейлора вважав, що крім вигоди від сучасних технологій і чіткої організації трудового процесу, необхідна організація праці, котра створює соціально-економічні умови для максимального застосування здібностей носія робочої сили до активної (мотивованої) трудової діяльності [1, с.130]. Це положення зобов'язує менеджерів морських портів вивчати вплив на продуктивність праці докерів-механізаторів як формалізованих атрибутів (інструкції, заробітна плата), так і неформальних відносин (відчуття колективізму, лідерство, девіантні відхилення від нормативних правил). Наприклад, робітники ремонтних бригад можуть реагувати більше на тиск зі сторони колег ніж на бажання керівництва та навіть на матеріальні стимули. Тому дане дослідження повинно бути спрямоване на багатофакторну залежність мотивації персоналу морських портів від стимулів до праці, включаючи соціально-психологічні відносини, ранг яких необхідно визначити. Слід підкреслити, що пошуки виходу з кризи тейлорівської моделі менеджменту призвели до використання методів «гуманізації праці», що переросли потім у менеджмент людських ресурсів, розвиток якого сьогодні йде у напрямку управління людськими ресурсами на всіх його рівнях [2, с.10-15; 3, с. 215].

З точки зору соціальних технологій найбільшої актуальності у менеджменті набули теорії людських відносин, що реалізовані у 30 роки ХХ сторіччя в ході „Хоторнських експериментів” (завод Уєстерн Електрик, м. Хоторн, США). Ці експерименти довели вигоду для бізнесу створення у виробничих колективах сприятливого соціально-психологічного клімату, встановлення демократичного стилю керівництва, співучасті працівників у управлінні виробництвом. На початку 50-х років П'єр С. Дюпон (1870-1954) та Альфред П. Слоан (1875–1966) довели, що бізнесі потреб споживача. Використовуючи цей підхід у економічній та соціальній реконструкції організації, роботодавець на даному етапі розвитку менеджменту продовжував додержуватися принципів менеджменту людських ресурсів, але з урахуванням мотивованої поведінки персоналу. В подальшому, в основу розвитку менеджменту було покладено експериментально перевірені розробки фахівців із психології й соціології (А. Маслоу, Д. Мак-Грегора, Ф. Герцберга й ін.), які показали, що поліпшення умов праці, послабляючи незадоволеність працею – все ще недостатній стимул для формування в робітника зацікавленого й творчого відношення до праці. Як вважають деякі економісти, для цього необхідно враховувати і такі „соціалізовані” мотиви, як зміст праці, підвищення відповідальності й самостійності працівника, оцінка його досягнень і виконання конкретного завдання, можливість кар'єрного росту тощо [4, с.312]. Тепер по праву менеджмент стає соціальним. Крім соціалізації змісту соціального менеджменту передбачає, що одним із своїх завдань роботодавець повинен визначити міру соціальної відповідальності перед персоналом і суспільством. Це досягається тим, що соціальний менеджмент об'єднує в собі ділове адміністрування, менеджмент людських ресурсів і менеджмент бізнесу.

Водночас зі становленням соціального менеджменту перед менеджерами морських портів стає питання щодо створення найбільш значущих за мотивом стимулів до праці. Це стає можливим через упровадження соціальної організації праці, тобто організації праці соціальної спрямованості, яка складає основу як менеджменту персоналу, так і менеджменту організації.

Отже, мотивація персоналу базується на можливості зростання продуктивності праці завдяки виявленню та використанню індивідуального характеру поняття працівником соціальних цінностей праці. Тобто виявлення соціальної складової в праці, а саме – застосування соціальних технологій у виробництві, стає предметом наукових пошуків і практичних рішень в методології СОП. В даному контексті відбувається наближення сучасного менеджменту до концепцій людських ресурсів та людського капіталу. При цьому людина стає не тільки головним фактором виробництва, але і його ціллю. І це положення виділено як головне у всіх новітніх економічних теоріях людського розвитку, засновниками яких були А. Шопєнгауєр, Т. Шульц і Г.С. Бєккер. Так, помітний внесок у напрямку соціалізації менеджменту зробили Б.М. Генкін, Ян. Зелєнєвський, Т. Котарбінський, А.Н.Леонтьєв, Г.А. Прудєнський, Г.Е. Слезінгер, Є.І.Шєрман й інші вчені. Виходячи з викладеного, у поняття соціального менеджменту необхідно покласти три основні тези, які відображають специфіку виробництва морського порту як складного корпоративного підприємства:

- Перша зобов'язує враховувати в соціальному менеджменті організацію виробництва, праці та управління у співставленні з економічною діяльністю підприємства та його іміджем, а звідси можливістю матеріального стимулювання персоналу та інвестування в людський капітал.

- Друга стверджує необхідність поєднання організації виробництва і праці з соціально-трудовами відносинами і продуктивною зайнятістю.

- Третя, на підставі єднання теорії мотивації та людського капіталу, обумовлює необхідність створення таких стимулів до мотивованої праці, які спричиняють розширене відтворення людського капіталу, як основного принципу формування гнучкого механізму мотивації персоналу, який забезпечуватиме економічне зростання морського порту.

Виходячи з теорії людського капіталу, доходи працівників морських портів є закономірним результатом інвестицій в нього. Априорі в портах є можливості для значного збільшення майбутнього росту людського капіталу, шляхом інвестування в освіту, професійну підготовку, здоров'я, оргкультуру, забезпечуючи тим самим свій власний потенціал конкурентоспроможності. За оцінками зарубіжних вчених «віддача» від людського капіталу, як правило, вища ніж від фізичного капіталу [5, с. 297-318]. Тому інвестиції в людський капітал обумовлюють нагромадження професійного досвіду, збереження здоров'я, мобільність персоналу портів, його мотивацію. Персонал портів в умовах реструктуризації може стати власником не тільки від придбання корпоративних акцій, а від знань, навичок, таланту, що мають економічну цінність, як інтелектуальна власність. Враховуючи традиційно високий професійно кваліфікаційний потенціал персоналу портів, таке стає реальним.

Тобто мотивація при зростаючих потребах з боку персоналу і вимогах з боку керівників порту стає не тільки складовою людського капіталу, а головним фактором його розвитку та прирощення. Тоді структуру механізму мотивації персоналу потрібно розглядати з позицій складових розвитку його людського капіталу. Стосовно морських портів категорія людського капіталу за своїм економічним змістом навчає менеджерів рахувати гроші методом «витрати-результати». Отже, сутність поняття людського капіталу міститься у розширеному відтворенні здібностей робочої сили та продуктивному їх застосуванні, оберненні у позитивний соціально-економічний результат, підвищенні індивідуальної продуктивності праці та ефективності виробничої діяльності порту.

Слід розрізнити поняття внутрішніх і зовнішніх мотиваторів, що формують людський капітал морських портів. Внутрішні мотиватори – це суб'єктивні чинники трудової мотивації, які визначаються потребами, інтересами, ціннісною та професійною орієнтацією працівника. Вони пов'язані з особистісними характеристиками персоналу морського порту: вік, стать, стан здоров'я, сімейне положення, трудовий та життєвий досвід, стаж за спеціальністю, освіта, рівень кваліфікації, професійні навички, таланти з дня народження, особливості трудового менталітету, загальна та професійна культура поведінки працівника, спрямованість інтересів працівника, ціннісні орієнтації у сфері праці та особливості трудового менталітету.

Зовнішніми мотиваторами (стимулами до праці) в даному дослідженні вважаються об'єктивні чинники, які зовні впливають на конкретного працівника. Вони створюються завдяки соціальному менеджменту, його організації праці й спроможні посилити або послабити мотиви до ефективної трудової діяльності персоналу морських портів. Стимулами до праці повинна бути сукупність таких зовнішніх чинників, які за результатами соціологічного дослідження, після їх неодноразової апробації реально сприяють формуванню стійких мотивів до ефективної виробничої діяльності персоналу морських портів. Коли стимули втрачають своє пряме призначення, вони виконують роль анти стимулів. В даному дослідженні ними стали організація виробництва і управління, організація трудового процесу; матеріальне стимулювання праці; умови, охорона та безпека праці; соціально-трудова відносина; зайнятість на виробництві штатних працівників; соціально-психологічний клімат; професійне навчання на виробництві; відповідність займаної посади професійним здібностям працівника та кар'єрному зростанню.

Через мотивацію персоналу здійснюється прирощення людського капіталу шляхом інвестування в складові його розвитку, які водночас є зовнішніми мотиваторами. Тобто через інвестування створюються необхідні стимули до мотивованої діяльності персоналу морських портів, що забезпечує прирощення його людського капіталу.

Найбільш специфічним у практиці мотивації персоналу морських портів, маючи його ціллю прирощення людського капіталу, є визначення складових його розвитку, які повинні відображати специфіку галузі, конкретного підприємства або їх групи. На наш погляд, структура складових людського капіталу, в системі мотивації персоналу морських портів повинна містити чотири блоки:

- Особистісний капітал персоналу. Формується з якостей, що людина має від народження (дані Богом і батьками). До них відносяться стан і особливості фізичного та нервово-психічного здоров'я, психологія і соціологія особистості, таланти з дня народження. Психологія особистості характеризується темпераментом, волею, емоціями, специфікою можливостей пам'яті (конкретна, абстрактна). Знання емоційних особливостей людини дозволяє менеджеру використовувати наступні його протилежні психологічні та соціологічні характеристики: веселий-сумний, чуйний-черствий, стриманий-запальний, гумористичний – без почуття гумору; товариський-замкнутий, колективіст-індивідуаліст та інше. Все це внутрішні мотиватори.

- Інтелектуальний капітал. Він об'єднує сукупний освітній капітал, знання, досвід та професійну компетентність, інформованість працівника, мобільність всередині підприємства, яка залежить від його ділових і організаційних якостей: дисциплінований, працьовитий, ініціативний та інше. Внутрішня інтелектуальна культура підприємства: менеджмент галузевих та корпоративних концепцій, програми розвитку, патенти, інформація й інше. Зовнішня інтелектуальна культура – імідж, партнери, суміжники, сфери впливу тощо. Внутрішніми мотиваторами у даному блоці виступають освітній капітал персоналу;

професійна компетентність, інтелектуальна власність; ділові та організаторські здібності персоналу. Зовнішні мотиватори – це внутрішня інтелектуальна культура порту; корпоративна концепція та стратегія розвитку; зовнішня інтелектуальна культура.

- Капітал організаційної культури. Включає в себе культуру вихованих особливостей, культуру поведінки та матеріальну культуру підприємства. Культура поведінки визначається етичним, естетичним, правовим і духовним вихованням, характерологічними якостями. До них відносяться чесність, акуратність, висока моральність та інше. В кінцевому результаті використання капіталу оргкультури обумовлене ступенем відповідності культури особистості та матеріальної культури. Матеріальна культура представляє собою культуру організації виробництва та управління праці. В цій тріаді культура особистості й культура поведінки виконують роль внутрішніх мотиваторів, а матеріальна культура є сукупністю зовнішніх мотиваторів, тобто стимулів до праці. В організаційній культурі відображається виробнича специфіка морського порту, яка встановлює свого роду планку до культури поведінки працівника. Якщо здібності працівника нижче цієї планки, трудові відносини не відбуваються. Коли його культура вища ніж оргкультура порту, то трудовий договір або не укладається, або трудові відносини відбуваються при зниженні найманим працівником своїх потреб.

- Капітал внутрішньопортової мобільності. Капітал мобільності у даному дослідженні визначає готовність до швидкого виконання виробничого завдання. Це обумовлюється не тільки відповідністю займаної посади (робочого місця) професійно-кваліфікаційним здібностям працівника, його кар'єрному зростанню, але й поставленим професійно-психологічним кліматом, соціально-трудовим відносинам та продуктивною зайнятістю. Внутрішніми мотиваторами тут виступають сформовані потреби, інтереси, ціннісна та професійна орієнтація, а зовнішніми – відповідність займаної посади професійним здібностям працівника і його кар'єрному зростанню; організація професійного навчання та підвищення кваліфікації; соціально-психологічний клімат; соціально-трудові відносини та продуктивна зайнятість.

Така структура складових людського капіталу забезпечує більш обґрунтований підхід до формування сукупності внутрішніх і зовнішніх мотиваторів при проведенні соціологічного дослідження проблеми мотивації персоналу морських портів.

Структура складових людського капіталу дозволяє визначитись у сукупності значущих мотиваторів, що є першим кроком соціологічного дослідження впливу мотивації на розвиток людського капіталу шляхом інвестування у його складові. Алгоритм системи мотивації персоналу складається з наступних утворювальних частин:

- організаційна культура як духовна і матеріальна основа мотивації;
- механізм мотивації, що складається, з одного боку, з поведінки персоналу, що формується через перетворення індивідуальних інтересів, цінностей і потреб у внутрішні мотиватори; з іншого боку, формується зі зовнішніх мотиваторів до мотивації персоналу шляхом інвестування через важелі соціального менеджменту;
- результат мотивації, який відбивається у прирощенні людського капіталу через вмотивовану виробничу діяльність персоналу підприємства.

Структуру механізму формування мотивації виробничого персоналу морських портів наведено на рис. 1.



Рис. 1. Структура механізму формування мотивації виробничого персоналу морських портів

Таким чином, на наш погляд, мотивацію доцільно розглядати як сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, які спонукають людину до діяльності, визначають поведінку, форми діяльності, надають їй спрямованості, орієнтованої на досягнення особистих цілей персоналу і колективу морського порту. Особисті цілі у теоретико-методологічному сенсі знаходять своє відображення у задоволенні всіх рівнів піраміди потреб від матеріальних складових до самовираження і кар'єрного зросту. Цілі підприємства – його дохід та імідж. Тобто, мотивація – це сукупність усіх внутрішніх і зовнішніх мотивів, які представляють певну систему, що активно впливають на поведінку персоналу морського порту.

Дефініція ключового в дослідженні поняття “мотиваційний ресурс” витікає з французького (*ressources* – запас), що визначає потенційні можливості його використання. Мотиваційний ресурс є основною складовою трудового і людського ресурсу, відображаючи готовність персоналу морських портів до продуктивної виробничої діяльності. У подальшому дослідженні необхідно надати кількісну характеристику використання мотиваційного ресурсу та визначити мотиваційний резерв.

Література

1. Торицын Т.М. Учение Роберта Оуэна и его влияние на распространение и развитие социологических идей / Торицын Т.М. – Рязань : Старт, 1982. – 312 с.
2. Кір'ян Т.М. Збереження та розвиток людського капіталу – основа морського вибору України / Т.М. Кір'ян, Ю.М. Куліков // Україна: аспекти праці. – 2007. – № 8. – С. 10–15.
3. Дворецька Г.В. Соціологія праці / Г.В. Дворецька, В.П. Махнарилов. – К. : Вища школа, 2000. – 352 с.
4. Чангли И.И. Труд / Чангли И.И. – М. : Наука, 1973. – 588 с.
5. Branch A.E. Economics of shipping practice and management, London: Chapman Hall, 1981. – 188 p.

Надійшла 04.04.2011

УДК 338.242

В. В. ХМУРОВА, І. С. ГРАЩЕНКО

Київський національний університет технологій та дизайну

КУЛЬТУРА ОБСЛУГОВУВАННЯ СЕРВІСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Розглянуто стан, проблеми і перспективи забезпечення культури обслуговування на сервісних підприємствах. Запропоновані напрямки покращення процесу обслуговування споживачів сервісу та чинники підвищення його рівня на сервісних підприємствах.

The state, problems and prospects of providing on management culture, have considered on service enterprises. The offered directions improvement process for maintenance the consumers service, and any factors, which would be increased these level on service enterprises.

Ключові слова: культура управління, культура сервісу, сервісне обслуговування.

Актуальність теми дослідження. Внаслідок соціального, економічного і політичного прогресу останніми роками сфера послуг характеризується стрімкими темпами зростання. Одночасно з активізацією діяльності сервісних підприємств помітний розвиток спостерігається і в інфраструктурі сфери послуг. Провідним фактором в процесі отримання доходів та отримання прибутку в сфері обслуговування є персонал сервісних підприємств. Важливо вміти запропонувати і зробити обіцяний рівень якості пропонованих послуг, створити для них сприятливу і доброзичливу соціально-психологічну атмосферу. Відомо, що за роки панування планового індустріалізму в нашій країні виробилася крайня зневага до тих галузей народного господарства, продукція яких виступає у вигляді доцільної діяльності людей. Однією з найбільш постраждалих в результаті подібної політики виявилася сфера сервісу.

Особливість сфери сервісу полягає в тому, що її працівникам доводиться мати справу, передусім, з людьми. Їх запити, переваги, переживання повинні чуйно сприйматися працівниками цієї сфери професійної діяльності, проте багаторічне її функціонування за сумнозвісними законами «ненав'язливого сервісу» призвело до негативного відношення з боку потенційних споживачів послуг. Це відношення було викликане багатьма причинами, серед яких одна з найголовніших – невисокий рівень загальної і професійної культури працівників сфери сервісу, що призводить до вкрай низької якості їх праці.

З розвитком теоретичних знань про феномен культури обслуговування, виникає необхідність повнішого їх втілення в практичну діяльність підприємств сфери послуг. Зростає практична роль культури обслуговування в підвищенні ефективності діяльності сервісних підприємств у зв'язку з трансформацією функцій персоналу від інструментальних до суб'єктивних.

Аналіз останніх наукових досліджень і публікацій. Аналіз психолого-педагогічної, філософської, соціологічної, культурологічної літератури за темою дослідження показав, що проблема формування професійної культури вивчається порівняно недавно. Наявну наукову літературу з досліджуваної проблеми можна з певною долею умовності розділити на декілька основних напрямів. Перше складають праці

фахівців з теорії культури, таких, як А.І. Арнольдов, Е.А. Баллер, В.С. Біблер, Е. Іон, М.С. Каган, Ю.А. Муравьев, П.А. Сорокін та інші [1, 2]. У другому можна назвати дослідження, другому напрямку присвячені вивченню культури праці, і, зокрема, професійної культури, а саме праці А.С. Арутюнов, Н.Г. Багдасарьян, В.Л. Бенін, Ю.А. Жданов, В.С. Комбаров, Г.М. Кочетов, М.Н. Мухамбаєва, І.Г. Панін, Е.А. Соколов, І.В. Шапко, С.А. Ейхельберг та інші [3, 4]. Третій напрям досліджень торкається морального і етичного аспектів в професійній культурі: Г.В. Безродная, Г.І. Белякова, В.С. Біблер, Є.Н. Богданов, Л.Н. Коган, Н.С. Кузнецов, І.В. Шарова, та інші [5]. Окремим напрямом доцільно виділити дослідження, які в тій або іншій мірі торкаються проблеми підготовки фахівців для сфери сервісу. Цієї проблеми в різні роки торкалися наступні автори: В.Н. Зубков, Р.Д. Каверіна, А.А. Михайлов, Б.І. Ройзман, Р.В. Чернишева, Г.Д. Хорошавіна, В.А. Яценко та інші [6]. Проте, практично не приділяється увага питанню дослідження процесу формування професійної культури обслуговування сервісними підприємствами. Ще менше приділяється уваги визначенню складу і структури професійної культури працівників конкретних професій і спеціальностей, що особливо відносяться до сфери послуг.

Метою статті є розробка методичних основ забезпечення процесу формування професійної культури обслуговування на підприємствах сфери послуг. Досягнення зазначеної мети зумовило необхідність сформулювати та послідовно вирішити такі завдання: проаналізувати комплекс єдиних вимог до культури обслуговування в світі та України зокрема; визначити особливості практики вітчизняного сервісу; надати пропозиції щодо підвищення рівня культури обслуговування на підприємствах сфери послуг. Для досягнення поставленої мети використані такі загальнонаукові й спеціальні методи дослідження процесів та явищ у їх взаємозв'язку, як діалектичний метод, структурно-логічний, загальнонаукові прийоми аналізу і синтезу.

Виклад результатів дослідження. Культура сервісу – це система еталонних трудових норм, високих духовних цінностей і етики поведінки, принципи якої узгоджуються як з національними та релігійними традиціями країни, так і з сучасними вимогами світових стандартів обслуговування і відображають якісне обслуговування споживачів [1, 3].

Поняття культури сервісу відноситься до всієї національної сфери послуг країни, окремих галузей, кожної фірми. Діяльність конкретного працівника може відповідати (або не відповідати) вимогам культури сервісу в рамках тих різновидів послуг, де він працює. Разом з тим культура сервісу на всіх рівнях пов'язана між собою, формуючи однакові норми обслуговування.

Коріння багатьох особливостей культури сервісу завжди пов'язані з національними елементами культури праці, з професійною культурою галузі та корпоративного середовища. Відомо, наприклад, що в дореволюційній Росії у різних ремісничих і торговельних корпораціях склалися міцні критерії культури обслуговування. Певні норми майстерності, етичні принципи роботи з партнерами та клієнтами були вироблені у торговців, персоналу трактирів, лазень, заїжджих дворів та ін. У наші дні йде відродження багатьох конструктивних традицій, пов'язаних з культурою сервісу [4, 6].

Перед сучасним українським сервісом стоїть завдання поєднання національних особливостей та міжнародних принципів сервісної культури. Безліч нових аспектів культури сервісу набувають у наші дні загального, міжнародного характеру. Тому, в першу чергу, слід вказати на раціональні вимоги до культури праці, пов'язані з технічною та технологічною сторонами сервісу, з якістю і динамікою його розвитку, з психологією та естетикою обслуговування.

У будь-якій країні підприємці та менеджери сервісу готові використовувати національні традиції обслуговування, якщо вони не суперечать сучасним вимогам і підвищують ефективність сервісної діяльності в цілому. Менеджмент виходить з того, що культурно, тобто якісно, з прагненням до досконалості обслуговувати споживачів вигідно (і перш за все, для самих працівників). Відсутність культури сервісу помітно позначається на зниженні доходів і конкурентоспроможності фірми.

Тому, в розвинених країнах світу розробляється комплекс єдиних вимог до культури обслуговування, який впроваджується в практику фірм і контролюється. Стратегія менеджменту при цьому вибудовується таким чином, щоб зробити співробітників однодумцями керівництва, а не нав'язувати персоналу культуру сервісу виключно наказними методами. З працівниками проводять спеціальні заняття, розбирають помилки в оволодінні етикою і естетикою обслуговування [2].

Подібний гнучкий, але й водночас жорсткий підхід не міг бути розвинений в радянській сфері послуг, хоча тоді культурі обслуговування приділялося чимало уваги з боку всіх рівнів галузевого керівництва. Вищі органи зобов'язували господарських керівників боротися в колективах за культуру обслуговування клієнтів. Відповідні вимоги записувалися в посадові обов'язки, вивішувалися на видному місці в приміщенні прийому відвідувачів. За порушення відповідних пунктів соціалістичних зобов'язань, пов'язаних з культурою обслуговування, по відношенню до працівника могли бути прийняті адміністративні або економічні санкції.

Однак працівник сфери послуг того періоду, по-перше, був не зацікавлений у ефективній роботі – якість і зростаючий обсяг праці майже не відбивалися на винагороді, по-друге, неякісне обслуговування було поширено повсюдно і не тягло серйозних наслідків для недбайливого працівника. Тому грубість і неухважність до споживача не були рідкістю.

Сьогодні в практиці вітчизняного сервісу очевидні позитивні зрушення в наступних напрямках:

- за споживача йде боротьба – виробники послуг усвідомлюють значення споживачів у розвитку бізнесу і конкуренції;
- трансформуються в кращу сторону організаційно-технологічні боки обслуговування: безліч операцій проводиться за допомогою автоматизації і за допомогою комп'ютерної техніки;
- більше уваги приділяється естетичним сторонам обслуговування.

Привабливий вигляд вітрин, викладка товарів, інтер'єри приймальних приміщень і контактних зон сервісних підприємств тому приклад. Однак багато аспектів культури обслуговування поки залишаються на недостатньому для сучасного світу рівні.

Перед менеджментом сервісу стоїть завдання вдосконалення професійної підготовки працівників, підвищення їх кваліфікаційного рівня, планування кар'єрного росту найбільш перспективних з них.

Важливо, щоб всі співробітники розуміли значення вдосконалення професійної майстерності як для індивідуального розвитку, так і для ефективної роботи фірми. Професіоналізм у роботі формує позитивний імідж фірми у клієнтів, що супроводжується зростаючими доходами, хорошою репутацією в професійному середовищі.

У сервісній діяльності чимале значення набувають психологічні особливості процесу обслуговування клієнтів. У цьому напрямку керівники і працівники фірми повинні звертати увагу на такі сторони своєї роботи:

- культивувати конструктивні індивідуально-психологічні якості працівників, які контактують з клієнтами;
- направляти в позитивне психологічне русло обстановку обслуговування в цілому;
- створювати умови для прояву позитивних психологічних властивостей споживачів.

Необхідно здійснювати ретельний підбір працівників, які працюють в межах контактної зони, стикаючись зі споживачами. Психологічні особливості працівника повинні відповідати операціям і характеру його праці. Принаймні, слід уникати різкої невідповідності між психологією працівника і характером праці (наприклад, не доручати роботу, пов'язану зі швидкою реакцією, працівникові з уповільненим типом психіки).

Співробітникові контактної зони важливо володіти вмінням входити в контакт з споживачем, здатністю ненав'язливо з'ясувати його запити і запропонувати потрібний товар чи послугу. Сам працівник повинен залишатися доброзичливим, ввічливим і стриманим протягом всього періоду контакту з клієнтом. Навіть, якщо той не вирішується на придбання товару або послуги, не можна показувати нетерпіння, тим більше висловлювати незадоволення. Якщо клієнт не зробив покупку, співробітники фірми повинні поставитися до нього як до потенційного покупця, запросивши заходити у майбутньому.

Культура обслуговування неможлива без естетичних компонентів. Естетика обслуговування пов'язана з художніми аспектами послуги, з зовнішніми формами навколишніх предметів, які оцінюються як гарні, гармонійні.

Естетична культура працівника сервісу пов'язана з його зовнішнім виглядом (одягом, взуттям, зачіскою, аксесуарами). Його зовнішній вигляд в цілому має відповідати службовим цілям і узгоджуватися з інтер'єром. Тому в багатьох фірмах воліють одягнути працівників в уніформу, яка розробляється спеціально і не повинна виглядати сумно або стандартно. Елементи естетики повинні також бути присутніми в емблемі фірми, відображатися в дизайні обладнання, на упаковці товарів, які супроводжують обслуговування, і т.п.

Професійно-службова етика сервісної діяльності – це сукупність вимог і норм, моральності по відношенню до працівників сервісних фірм, які в обов'язковому порядку повинні бути реалізовані в процесі виконання ними своїх службових обов'язків. Професійна етика дозволяє конкретизувати ті чи інші загальні етичні принципи, які були вказані вище. Так, прийняття чесності і порядності робить неможливим обман споживачів, нехтування їхніми інтересами; опора на совість застереже від вчинків, що заподіють шкоду або неприємності клієнтам; усвідомлення свого професійного обов'язку веде до того, що працівник чітко уявляє свої службові обов'язки, будучи готовим у будь-який момент надати професійну допомогу споживачеві.

У сфері послуг важливість етичних норм відчувається не тільки у взаємодії працівників з споживачами, а й працівників між собою. Багатьох зазначених вище моральних принципів і етичних норм працівник повинен дотримуватися і у відношенні з колегами.

Культура обслуговування багато в чому залежить від якості роботи обслуговуючого персоналу – усіх тих, хто працює в сервісній організації. Їх кваліфікованість, привітність, уважність, відповідальне відношення до дорученої справи — неодмінні умови високої культури обслуговування. Керівництво сервісних підприємств повинно чітко розуміти поняття «Обслуговування споживачів»; вміти визначати соціоекономічні та демографічні зміни, які впливають на обслуговування споживачів; ідентифікувати чинники, які впливають на зміну культури обслуговування; знати шість головних компонент оточення, орієнтованого на споживача; аналізувати та розуміти елементи культури обслуговування; чітко розмежовувати функціональні обов'язки типового працівника сфери обслуговування споживачів; знати, що сервіс ідентичний у великих і маленьких компаніях; виокремлювати компоненти системи, орієнтованої на споживача; впровадити стратегії для просування позитивної культури обслуговування.

Висновки. Якщо всі перераховані елементи обслуговування – професійно-трудові, психологічні, етичні, естетичні – властиві всім співробітникам фірми і знаходяться в гармонійній єдності, то це створює загальний конструктивний стиль обслуговування. Подібний стиль виявляється досить важливим елементом іміджу сервісного підприємства, тому його нерідко називають фірмовим стилем. Разом з тим він формується в тому випадку, якщо персонал опанував філософією обслуговування, яка дозволяє кожному працівнику зрозуміти – для чого йому необхідна психологічна та етична підготовка.

Керівництво сервісних підприємств повинно чітко розуміти поняття «Обслуговування споживачів»; вміти визначати соціо економічні та демографічні зміни, які впливають на обслуговування споживачів; ідентифікувати чинники, які впливають на зміну культури обслуговування; знати шість головних компонент оточення, орієнтованого на споживача; аналізувати та розуміти елементи культури обслуговування; чітко розмежовувати функціональні обов'язки типового працівника сфери обслуговування споживачів; знати, що сервіс ідентичний у великих і маленьких компаніях; виокремлювати компоненти системи, орієнтованої на споживача; впровадити стратегії для просування позитивної культури обслуговування.

Філософія обслуговування розкриває соціальне призначення сервісної діяльності в суспільстві і життя людей, обґрунтовує той внесок, який може бути зроблений в цьому напрямі персоналом фірми. Філософію жодним чином не можна зводити до посадової інструкції або переліку етичних правил обслуговування. Розглядаючи виробників і споживачів послуг як рівноправних партнерів, визначаючи їх загальні цілі в сервісній діяльності, філософія здатна продукувати єдині духовні цінності (наприклад, «клієнт завжди правий»), тим самим узгоджуючи і гармонізуючи їх поведінку в цілому. У свою чергу злагоджені дії та взаєморозуміння всіх учасників сервісної активності ведуть до того, що позитивний ефект обслуговування багаторазово посилюється. У цьому випадку у фірмі панує дух доброзичливості та гарного настрою. Головне в тому, що цим настроєм заражаються клієнти, несучи його з собою. Подібний оптимістичний настрій здатний привести їх у цю фірму ще раз.

Література

1. Шейн Э. Организационная культура и лидерство: Построение. Эволюция. Совершенствование / Э.Шейн. – СПб. : Питер, 2002. – 335 с.
2. Чернышев Б. Менеджмент в сервисной экономике: сущность и содержание / Б.Чернышев // Проблемы теории и практики управления. – 2004. – № 1. – С. 107–113.
3. Федцов В.Г. Культура сервиса / Федцов В.Г. – М. : ПРИОР, 2001. – 208 с.
4. Томилов В.В. Культура предпринимательства / Томилов В.В. – СПб. : Питер, 2000. – 176 с.
5. Малинин Е.Д. Организационная культура и эффективность бизнеса / Малинин Е.Д. – М. : Моск. психол.-соц. ин-т. – Воронеж : НПО «МОДЭК», 2004. – 364 с.
6. Вангородская С.А. Организационная культура / С.А. Вангородская, Е.В. Шварев. – Белгород : Политерра, 2004. – 127 с.

Надійшла 04.04.2011

УДК 332.334:338.246.025.2

Т. В. УМАНЕЦЬ, О. А. СИДОРЕНКО
Одеський державний економічний університет

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ОБІГУ ЗЕМЕЛЬ СІЛЬГОСППРИЗНАЧЕННЯ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

Розглянуто та узагальнено досвід державного регулювання ринку землі країн ЄС, Латинської Америки, США. Проаналізовано сучасну ситуацію щодо можливості вільного обігу земель сільгосппризначення та доцільності зняття його обмеження в Україні. Сформульовано рекомендації щодо необхідних кроків у формуванні ринку землі як складової агрополітики держави.

In this article is reviewed experience of governmental regulation of land market in EU, countries of Latin America, USA. Also is analyzed current situation with free turnover of agricultural land and expediency of taking out limitations in Ukraine. Formulated recommendations for generation of land market as part of agricultural policy in the country.

Ключові слова: ринок землі, агрополітика, державне регулювання, мораторій, земельний кадастр, земельні ресурси, оренда, агроформування.

Однією з причин, що гальмує розвиток аграрного сектору економіки України, є відсутність ринку землі, тобто її вільного обігу. Це призводить до того, що втрачається можливість формування конкурентоспроможних господарств ринкового типу, оптимізації землекористування. Земельні ділянки не можна використовувати для отримання кредитів. Державна казна та місцеві бюджети недоотримують кошти від податків за операції з земельними ділянками. А з глобальної точки зору мораторій на продаж земель сільськогосподарського призначення просто звучує конституційні права громадян України щодо розпорядження власною земельною ділянкою. Хоча запровадження мораторію у 2005 році мало на меті дати

час на прийняття відповідних законів, а саме «Про кадастр», «Про ринок земель», «Про державний іпотечний банк», та поки що це лише законопроекти. Виходячи із вищезазначеного, можна зробити висновок про те, що проблема державного регулювання обігу земель сільгосппризначення є своєчасною й актуальною як в теоретичному, так і в практичному плані для національної економіки на сучасному етапі розвитку.

Про необхідність створення та функціонування ринку сільськогосподарських земель в Україні пишуть такі українські науковці, як В.Я. Месель-Веселяк, І.Р. Михасюк, Є.Й. Майовець, П.Т. Саблук, В.М. Трегобчук, М.М. Федоров та інші. Питанням створення земельного ринку в Україні переймаються як економісти, так і політики, проте нині, як і п'ять років тому, спроби держави регулювати ринок земель не є ефективними. У зв'язку з цим доцільно проаналізувати досвід розвинутих країн щодо регулювання обігу земель сільгосппризначення як складової механізму державного регулювання аграрного сектора економіки.

Земля за всіма правилами ринкової економіки, як зазначає В. Месель-Веселяк, по-перше, повинна бути товаром, тобто купуватися і продаватися; по-друге, від правильного функціонування ринку землі залежить продовольча безпека держави і екологічнобезпечне використання земельних ресурсів [1, с. 6]. Досвід розвинутих країн передбачає постійний та жорсткий контроль за процесом формування та функціонування ринку земель сільгосппризначення з боку держави.

Ринок землі – це система економічних і правових відносин під час перерозподілу земель між їхніми власниками економічними методами на основі попиту і пропозиції, що забезпечує купівлю-продаж земельних ділянок або прав на них, визначення вартості землі та визнання її капіталом і товаром, встановлення рівноваги цін на неї в різних регіонах країни [2, с. 270]. Він забезпечує визначення вартості землі та визнання її капіталом, що особливо важливо при оренді, заставі при банківському кредитуванні [3, с.73].

Слід відзначити, що частка операцій, пов'язаних із купівлею-продажем землі у західних країнах не перевищує 3% загальної площі сільгоспугідь, натомість значно більшу роль відіграють орендні земельні відносини та іпотека. При чому 99 % землі купує держава, яка здає потім ці землі в оренду [4, с. 13].

Формування ринку землі в Україні – процес поступовий та тривалий, який, перш за все, потребує створення прозорої та збалансованої нормативної та правової бази. Гальмує цей процес, як вже зазначалось вище, мораторій на продаж земель сільськогосподарського призначення, що встановлено урядом на певний термін або до закінчення певних надзвичайних подій. Однією з умов скасування мораторію на відчуження земель сільськогосподарського призначення (п. 15 розділу Х «Перехідні положення» Земельного кодексу України) є прийняття Закону України «Про Державний земельний кадастр» та Закону України «Про ринок земель». Оскільки нині в міністерстві юстиції існує 4 реєстри, які не пов'язані між собою та з реєстром, який ведуть у регіональному відділі Держкомзему, а також немає повного опису сільськогосподарських земель, якнайскоріше створення Державного земельного кадастру є конче необхідним.

Станом на 2010 рік 51% земель перебуває у приватній власності, а за останні роки створено понад 35000 нових агроформувань. Загалом скасування мораторію мало б позитивно вплинути на агробізнес у цілому, але виникає побоювання, що українськими чорноземами володітимуть іноземці, адже вони мають гроші на купівлю землі. Зацікавленість іноземних інвесторів до земель сільгосппризначення значно зросла через світову продовольчу кризу 2007–2008 років. Ціни на пшеницю зросли на 84%, на цукор – на 55%, прогнозують, що попит на пшеницю у 2011 році перевищить пропозицію.

Незважаючи на відсутність купівлі-продажу земельних ділянок сільгосппризначення, існує поняття нормативної оцінки землі. За даними Держземагентства нормативна оцінка 1 га орних земель у 2010 році в середньому по Україні становила 11,9 тис. грн. За результатами досліджень Українського клубу аграрного бізнесу, 49% сільгоспвиробників вважають, що вартість одного гектара ріллі має перевищувати 10 тис. грн, 28% оцінюють вартість орних земель у 5 тис. грн за гектар, а 35% оцінюють вартість гектара ріллі у понад 15 тис. грн. З них 23% – це малі фермерські господарства розміром не більше за 50 га. Крім того, переважна більшість дрібних фермерів не збирається купувати землю після запровадження ринку землі. Це свідчить про те, що в разі скасування мораторію на продаж земель сільгосппризначення, більшість малих фермерських господарств готова піти з аграрного ринку й розраховує якнайдорожче продати свої земельні угіддя, тому що бути фермером нині вкрай важко [4, с. 16-17].

Противників впровадження вільного обігу землі непокоїть можливість спекуляцій землею. Саме тому планується внести зміни в декрет Кабінету міністрів про державне мито. За купівлі та продажу земельної ділянки у поточному році згідно з Законом «Про державне мито» доведеться сплатити 100% нормативної грошової оцінки. Це в середньому 11 тис. грн. За продаж на другий рік – 90%, третій – 80%, четвертий – 70% , п'ятий – 60%.

Згідно з ч.2 ст. 12 проекту закону «Про ринок земель» іноземні громадяни, особи без громадянства, підприємства, засновані за участю іноземних фізичних та юридичних осіб, іноземні юридичні особи та іноземні держави не можуть мати у власності землі сільськогосподарського призначення [5, с. 2].

Стовідсоткові дочірні підприємства іноземних фірм та спільні підприємства з іноземним капіталом не матимуть права купувати землю. Іноземні компанії можуть застосовувати схему дворівневої структури, коли іноземна компанія створює в Україні так звану «компанію першого рівня», яка, своєю чергою, створює

«компанію другого рівня». «Компанія другого рівня» формально вже відповідає вимогам Земельного кодексу, є українською юридичною особою і може виступати власником землі. З одного боку, продаж землі іноземцям обіцяє інвестиції у сектор, проте для забезпечення продовольчої безпеки країни частка таких земель не має перевищувати 20–30%. У Канаді лише у кількох провінціях дозволено продавати землю іноземцям. На Мадагаскарі, де після того, як у 2008 році половину орних земель на 99 років передали в оренду південнокорейській корпорації “Daewoo” – без орендної плати, але в обмін на близько 6 млрд доларів інвестицій в інфраструктуру, розпочалися масові протести громадян, сталися державний переворот і зміна уряду [6, с. 75-77].

Обгрунтовуючи потребу запровадити в Україні вільний ринок землі зазвичай посилаються на зарубіжний досвід лібералізації відповідного ринку. Та основною метою земельних реформ у Європі та США був не фінансовий зиск, а відповідальне й ефективне використання сільськогосподарських земель. До власників таких наділів держава висуває цілу низку кваліфікаційних вимог. Адже лише в такий спосіб можна досягти продовольчої безпеки країни [7, с. 120].

Так, у країнах ЄС одним із головних ризиків вільного ринку землі є подрібнення фермерських господарств та ділянок під час успадкування чи зміни власника, що може негативно вплинути на обсяги агропромисловості. Тому землі, нерухомість, машини і обладнання, худобу передають лише одному із спадкоємців. Згідно із законом потрібно, щоб ця людина мала спеціальну аграрну освіту, досвід роботи в аграрній сфері. Державний контроль за відчуженням ділянок сільськогосподарського призначення в Німеччині дуже суворий. Передбачено спеціальний дозвільний порядок для наділів площею понад 1 га. Потенційний покупець має обгрунтувати мету придбання землі й подати свідоцтво щодо фахової підготовки. У дозволі відмовляють, якщо купівля-продаж пов'язані з «нездоровим перерозподілом земель», зокрема на користь осіб, не причетних до фермерства; відчуження призведе до надмірного подрібнення ділянки (менше 1 га); договірна ціна відрізняється від ринкової оцінки більше ніж на 50%. Іноземцям можуть відмовити у дозволі під приводом, що придбання суперечить «заходам стосовно вдосконалення аграрної структури», або з інших мотивів. Федеральна влада відповідає за консолідацію господарств і проведення структурної політики: оптимізацію розміщення ділянок, створення більших за розмірами господарств, краще із суцільним масивом землі, протиерозійні заходи.

У Франції законодавство зорієнтоване на збереження цільового призначення аграрних земель. У сільській місцевості дозволяють будувати лише потрібні для господарювання споруди. Повністю заборонено купівлю-продаж особливо родючих земель для нецільового використання. Власник не має права не обробляти поле понад п'ять років, інакше ділянку можуть примусово передати іншим особам в установленому порядку. Причому винний повинен запропонувати купити її місцевим фермерам, орендаторам. Вважаючи ціну завищеною, ті мають право звернутися до суду з проханням встановити нижчу. До того ж діє принцип «преференційного спадкоємця», на засадах якого місцевий суд обирає найбільш кваліфікованого кандидата у власники ферми, до якого переходить усе господарство «Французьке законодавство передбачає необхідність особливого дозволу на продаж землі іноземцям у двох випадках: якщо ціна угоди перевищує €38 млн або якщо йдеться про купівлю виноградників. Їх визнано важливою частиною національного багатства» [2, с.2].

Польща серед інших членів ЄС вирізняється переважанням індивідуального приватного виробництва й слабким розвитком колективного землеволодіння. З 1998 року в Польщі ухвалили закон, який дозволив продаж сільгоспугідь, а також дав змогу місцевим органам селянського самоврядування проводити торги й запроваджувати конкурсну систему розподілу земельних ресурсів, яка сприяє максимальній приватизації наділів та створенню ринку землі. Передача її селянам відбувається за договором купівлі-продажу або оренди. Крім того, Державний земельний фонд реформували в Агенцію сільськогосподарської власності державної скарбниці (АСВДС). Вона викупує землю та нерухомість і продає перспективним власникам. Із фонду АСВДС одержують наділи сільськогосподарські переселенці: малоземельні селяни; молодь, яка бажає створити велике господарство; колишні працівники держгосподарств. Польща запровадила 12-річний мораторій на купівлю іноземними компаніями земель від моменту вступу в ЄС.

В Угорщині ще 1989 року був прийнятий закон про купівлю-продаж земель, що фактично запровадив їх вільний обіг. Тоді розпаявали майно колективних підприємств. Фермери можуть придбати до 300 га. До 2011 р. право їх купівлі-продажу поширювалося тільки на громадян Угорщини. Проте іноземці обходили заборону, залучаючи вітчизняних фермерів. Нині ж законодавство дає право іноземцям купувати землю, якщо ті проживають у цій державі понад три роки й займаються сільським господарством. В Угорщині під час купівлі сільськогосподарських угідь до 100 га власник може отримати банківський кредит на 10 років обсягом 70% від вартості землі. Пріоритетне право на придбання земельних ділянок сільгосппризначення надано особам, які пов'язані з аграрною сферою та мають відповідну освіту. Для боротьби зі спекуляцією ввели обов'язкове використання землі для ведення сільського господарства упродовж п'яти років. Державний земельний банк Угорщини надає тільки довготермінові кредити (не менш як на п'ять років), а земельний фонд викупує ділянки у громадян, які одержали їх від держави під час приватизації і не бажають на них працювати, або ж заставлені сільськогосподарськими угіддями. Фонд має право продавати чи здавати в оренду придбані ним землі особам, які вестимуть ефективне товарне виробництво

сільськогосподарської продукції.

У Чехії всі земельні угіддя залежно від ґрунтово-кліматичних умов класифікували на 44 податкові групи: за кращі фіскальний збір становить 930, за найменш родючі – 10 крон за гектар. Не можна змінювати цільове призначення ділянки упродовж трьох років від моменту купівлі. Переважне право на придбання державних земель аграрного призначення мають чеські фермери, у приватній власності яких не менш ніж 10 га і які постійно працюють у межах територіальної громади мінімум три роки, а також орендарі ділянок площею до 500 га, якщо вони винаймають їх понад три роки. Пріоритет у купівлі приватних сільськогосподарських земель надано їх співвласникам. У результаті переговорів із ЄС Чехія запровадила семирічний мораторій на придбання таких земель іноземними юридичними та фізичними особами навіть з інших країн ЄС, який вже закінчився. Нині громадяни країн Євросоюзу мають право купувати землю сільгосппризначення за постійного проживання у Чехії понад три роки та реєстрації у якості фермерів.

У Латинській Америці під час земельних реформ 1960-х – 1970-х років розвинулися колективні форми господарювання. Практично всі країни Латинської Америки основну частину конфіскованих у великих власників земель передавали колективам підприємств різних форм власності. Хоча нині й існує несправедливість у розподілі земельних ресурсів.

У Бразилії 20% ріллі належать 20 латифундистам, а 11 млн селянських родин взагалі без ділянок. І це при тому, що держава намагається активно втручатися в сферу земельних відносин, конфіскує угіддя великих власників, які порушують законодавство й використовують землі не за призначенням. Також у Бразилії є обмеження на продаж землі іноземцям – не більше 49% плантацій, де вирощують основні продукти харчування.

У США основна частина земельної політики формується на рівні штатів, а всі ухвали окружної та муніципальної влади підлягають затвердженню на вищому рівні. Іноземцям не заборонено купувати сільгоспугіддя, але в кожному окремому випадку вони повинні повідомляти про це міністра сільськогосподарства. Однак, в основних аграрних штатах діють фактичні обмеження прав іноземних громадян на купівлю землі через суворе законодавство з охорони природи, здоров'я, безпеки. У США лише 1,7% земель сільгосппризначення належить іноземним компаніям.

Вивчаючи досвід вищезазначених країн можна зробити висновок, що ринок землі там функціонує для оцінки землі як ресурсу, який можна продати, здати в оренду, віддати у заставу. Основне завдання держави – контроль за земельними ресурсами, запобігання погіршенню їх якості, розпорошенню, нецільовому використанню та концентрації занадто великих масивів у одних приватних володіннях.

Навіть за умов мораторію на продаж землі агробізнес в Україні є досить привабливим для іноземців. Минулого року, за не найкращого фінансового клімату, в ході розміщення акцій на міжнародних фондових ринках агрохолдинги залучили до України понад 1,5 млрд доларів від іноземних інвесторів. До речі 1,5 млрд дол. – це фактично половина всього обсягу кредитування розвитку сільськогосподарського виробництва за 2010 рік.

Сотні холдингів і тисячі середніх підприємств непогано розвиваються в Україні, маючи у власності не більше ніж 20–40 га землі. Це та земля, яку засновники підприємств під час розподілу землі та майна колгоспів отримали особисто, решту землі успішні сільгосппідприємства орендують. До скасування мораторію підприємцям слід перевірити чи в існуючих договорах оренди земель сільськогосподарського призначення передбачено розірвання договорів у випадку зміни власності (Орендодавця), переукласти договори оренди землі на новий, довший строк – 20–49 років – при цьому пропонуючи селянам підвищену вартість за оренду та інші матеріальні блага, що стимулюватиме їх укласти такі довгострокові договори оренди.

Поступове включення землі в економічний обіг дозволить врахувати ціну землі у вартості виробленої в аграрному секторі продукції, визнати роль землі як елементу витрат аграрного виробництва. Подальший розвиток ринкових відносин без врахування аграрного капіталу лише посилюватиме міжгалузевий диспаритет.

На перехідний період до цивілізованих ринкових відносин в аграрній сфері доцільно не встановлювати заборони, а послідовно формувати земельне законодавство. Пріоритетними завданнями уряду є зміна законодавчої бази та приведення її у відповідність не лише до викликів глобального ринку, а й до реалій економічного сьогодення. У рамках реформування законодавчої бази планується наповнення електронного загальнодержавного кадастру землі, зменшення часу на реєстрацію прав власності на землю до 14 днів, проведення інвентаризації земельних ресурсів та затвердження паспортів агропромислового виробництва.

З метою виконання розділу «Розвиток сільського господарства й земельна реформа» Програми економічних реформ Президента на 2010 – 2014 роки «Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава» в частині проведення системних реформ в агропромисловому комплексі, зараз триває законотворча робота, результатом якої має стати прийняття Верховною Радою України базових законодавчих документів [8, с. 2]. Йдеться про Закони України «Про ринок земель», «Про державний земельний кадастр», «Про консолідацію земель», Державну цільову програму розмежування та інвентаризації земель.

Література

1. Месель-Веселяк В.Я. Реформування аграрного сектора України: здобутки і проблеми / В.Я. Месель-Веселяк // Економіка АПК. – 2003. – № 5. – С. 3–8.
2. Даниленко А.С. Формування ринку землі в Україні / А.С. Даниленко, Ю.Д. Білик. – К. : Вид-во "Урожай", 2006. – 277 с.
3. Федоров М.М. Особливості формування ринку земель сільськогосподарського призначення в Україні / М.М. Федоров // Економіка АПК. – 2007. – № 5. – С. 73–78.
4. Шибанін В.С. Щодо напрямів удосконалення механізму земельних відносин в Україні / В.С. Шибанін, І.І. Червен, І.Д. Бурковський // Трансформація земельних відносин до ринкових умов господарювання : матер. Других зборів Всеукраїнського конгресу економістів-аграрників південного регіону України, 11-13 січня 2009 р. – Миколаїв, 2009. – С. 12–18.
5. Присяжнюк М. Аграрна стратегія Україна / М. Присяжнюк // Урядовий Кур'єр. – 2011. – квітень.
6. Саблук П.Т. Структурно-інноваційні зрушення в аграрному секторі України як фактор його соціально-економічного зростання / П.Т. Саблук // Економіка АПК. – 2004. – № 6. – С. 3–8.
7. Михасюк І.Р. Аграрний сектор АПК: Проблеми і шляхи вирішення / І.Р. Михасюк, Є.Й. Майовець. – Львів : Вид. центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2001. – 230 с.
8. Іванов О. Зберегти землю / О. Іванов, С. Балан // Тиждень. – 2011. – № 3. – С. 2.

Надійшла 16.04.2011

УДК 334.758.4

А. Є. ЧЕРПАК, А. А. СВИНЧУК

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

**ПРОБЛЕМАТИКА РЕАЛІЗАЦІЇ ПЕРЕВАГ КОРПОРАТИВНОЇ ФОРМИ
ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ МАШИНОБУДІВНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ У СКЛАДІ
ДЕРЖАВНИХ ХОЛДИНГОВИХ КОМПАНІЙ**

Стаття присвячена визначенню ключових проблем у функціонуванні державних машинобудівних холдингів та розробці методичних підходів до підвищення ефективності управління ними.

This article is devoted to defining the key problems in the functioning of the state machine holdings and methodical approach to improve corporate governance in them.

Ключові слова: корпоративне управління, державна холдингова компанія, переваги корпоративної форми організації бізнесу, синергетичні ефекти.

Вступ. За останнє десятиліття підприємствам машинобудівної галузі, контрольні пакети акцій яких були передані в управління державних холдингових компаній, так і не вдалося подолати кризи, викликану розпадом налагоджених виробничо-коопераційних зв'язків із підприємствами колишнього СРСР, кризою в суміжних галузях, які виступали основними споживачами продукції цих підприємств, а також спрощенням продукції, що випускається такими підприємствами, зумовленої, насамперед, інноваційним розривом та низькими темпами оновлення основних засобів, впровадження інновацій. У результаті машинобудівні підприємства у складі державних холдингових компаній недостатньо використовують власний потенціал, що робить надзвичайно актуальною проблему вибору нової моделі забезпечення їх ефективного функціонування, побудованої на основі реформування структури власності, перетворення холдингів на управлінські компанії, які діють на основі ринкових, підприємницьких принципів. Загалом держава володіє контрольними пакетами акцій у 29 холдингових компаніях (на початок 2004 року їх було 32). У галузі ж машинобудування в Україні діє державна акціонерна холдингова компанія (ДАХК) «Артем» (100% акцій належить державі), холдингова компанія (ХК) «Луганськтепловоз» (76,001% акцій державі), а ще кілька холдингових компаній машинобудування вже не проводять фінансово-господарську діяльність [1]. Проблеми, пов'язані із функціонуванням державних холдингів, давно викликають занепокоєння на вищому рівні керівництва держави серед науковців і практиків [2, 5, 6, 7]. На жаль, державні холдинги, які прийшли на заміну колишнім галузевим міністерствам, не змогли ефективно виконувати функції управління підприємствами, які входять до їх складу, а перетворилися у багатьох випадках на важливу ланку у переведенні підприємств з державної власності у приватну. Це викликало низку цілком слушних нарікань та жвавих обговорень законодавчих колізій та принципів організації роботи державних холдингів, багато з яких працюють у стратегічно важливих для держави галузях, таких як суднобудування, машинобудування, авіабудування.

Аналіз досліджень та публікацій. Окремі аспекти становлення та розвитку державних холдингових компаній різних галузей економіки, у т.ч. машинобудування, досліджені у працях закордонних та вітчизняних вчених, таких як С. Авдашева, Ю. Вінслав, О. Білецький, М.П. Голубев, В.С. Дементьев, Н.А. Дехтяр, І. Зятковський, І.В. Лукач, О.Й. Пасхавер, Н.Г. Пігуль, О.М. Сафронова, М.І. Тополь, Г.В. Уманців,

І.А. Храброва, І.С. Шиткіна, М. Шомін та ін. Водночас, у їх працях недостатньо досліджені питання реалізації базових переваг корпоративної форми організації бізнесу в державних холдингових компаніях, законодавчих обмежень, які стримують розвиток цих компаній, бар'єрів стратегічної гнучкості машинобудівних підприємств, а також причини недостатньої ефективності корпоративного управління ними.

Постановка завдання. Зважаючи на недостатню ефективну організацію діяльності державних холдингових компаній, підтвердженням чого є ознаки кризових явищ на підприємствах, які входять до їх складу, метою цієї статті є визначення ключових проблем функціонування державних машинобудівних холдингів та розробка заходів з трансформації системи управління ними з метою забезпечення виведення таких підприємств з кризи, підвищення ефективності управління корпоративними правами держави у статутних фондах холдингів.

Результати дослідження. Холдингова компанія – це акціонерне товариство, яке володіє, користується та розпоряджається холдинговими корпоративними пакетами акцій (часток, паїв) двох або більше корпоративних підприємств; державна холдингова компанія – це холдингова компанія, утворена у формі акціонерного товариства, не менш як 100% акцій якого належить державі. Загальні збори холдингової компанії здійснюють такі важливі повноваження щодо акціонерних товариств, що входять до його складу: формують єдину фінансову, інвестиційну, виробничо-господарську та науково-технічну політику щодо корпоративних підприємств; визначають напрямки та порядок використання прибутку корпоративних підприємств; затверджують плани їх виробничого та соціального розвитку [3]. З одного боку, такі повноваження надають ХК можливості для забезпечення отримання фінансових та операційних синергій спільної взаємодії підприємств холдингу, що може знаходити вияв у економії трансакційних витрат (ефект агломерації), економії на науково-дослідних і конструкторських розробках; економії за рахунок комбінування взаємодоповнюючих ресурсів, збільшенні розмірів ринкової ніші холдингу, зменшенні рівня оподаткування [8]. З іншого боку, не завжди холдингова компанія, яку очолюють уповноважені державою посадові особи, здатна забезпечити функціонування у рамках холдингу системи внутрішньо-корпоративного підприємництва (за якої учасників холдингу мають пов'язувати економічні відносини аналогічні для умов вільного конкурентного ринку), ефективний перерозподіл фінансових та інвестиційних ресурсів у рамках холдингу, гнучкість та адаптивність системи управління холдингом з урахуванням зміни ринкової кон'юнктури, ситуації на фондовому ринку, фінансового стану підприємств-учасників холдингу. Держава обмежує право холдингів, у яких володіє контрольним пакетом акцій, відчужувати активи (хоча у чинному законодавстві пряма заборона таких операцій відсутня), що не дає можливості холдингам позбавлятися від неефективно-функціонуючих бізнес-одиниць, уходити з неперспективних ринків та концентрувати інвестиційні зусилля на реалізації лише привабливих інвестиційних проектів. Але бар'єри підвищення ефективності функціонування державних холдингів полягають й у відсутності на рівні управлінських компаній відпрацьованих методик стратегічного управління, які б враховували динамічність процесів інноваційного розвитку, зміни кон'юнктури ринку, а також передбачали інструменти подолання проблеми низької стратегічної гнучкості машинобудівних підприємств, зумовленої особливостями цієї галузі, а також успадкованими застарілими практиками управління та організації машинобудівного виробництва. У державних машинобудівних холдингах України недостатню увагу приділяється впровадженню методик управління акціонерною вартістю, що призводить до зменшення їх інвестиційної привабливості та кредитоспроможності.

ДАХК «Артем» є провідним підприємством машинобудівної галузі України з виробництва авіаційних керованих ракет, автоматизованих комплексів для підготовки і технічного обслуговування авіаційних засобів ураження, протитанкових керованих ракет з лазерним управлінням, а також приладів і обладнання для авіації. Також компанія випускає побутову техніку, зварювальні напівавтомати, автотракторне електрообладнання, медичну техніку, засоби пересування та реабілітації для людей з обмеженими фізичними можливостями, сходові і вертикальні підйомники-платформи та ін. товари. До складу холдингу входять 16 публічних акціонерних товариств, дочірніх підприємств і банк (ТОВ «Артем-Банк»). На прикладі ВАТ «Артеммаш», яке входить до холдингу, нами було встановлено, що для цього підприємства перевагами від належності до холдингу є: використання іміджу та бренду холдингу; отримання від холдингу у лізинг основних фондів; отримання від холдингу замовлень на виготовлення продукції з неповним виробничим циклом (які становлять 50–60% портфелю замовлень підприємства). Але саме холдинг обмежує рівень рентабельності виробництва продукції підприємства, встановлюючи норму прибутку, яка закладається до калькуляцій (замовлення холдингу – 5%, сторонні замовлення – 15%). Також холдинг здійснює закупівлю сировини і матеріалів для виготовлення продукції, але лише тієї, яка постачається за централізованими замовленнями (що обмежує можливі синергетичні ефекти від спільної закупівлі ресурсів). На жаль, підприємства холдингу не можуть у повній мірі розраховувати на кредитну підтримку банку холдингу, адже він знаходиться на 114 місці в рейтингу українських банків за розміром активів, що складала на 01.11.2010 р. 515,13 млн. грн.

Таким чином, підприємства, які входять до державного холдингу, позбавлені можливості реалізації наступних основних переваг корпоративної форми організації бізнесу:

- можливості необмеженого залучення капіталу через випуск акцій (холдингова компанія зацікавлена у збереженні контролю над підприємствами холдингу, але, водночас, як державна компанія, не має можливості постійно вкладати власні кошти у нарощування статутного капіталу підприємств, які входять до холдингу; держава має можливість збільшити власний капітал у холдингу шляхом закладення відповідної суми у державний бюджет, але процес погодження таких стратегічних рішень є достатньо складним);

- відносної незалежності розвитку АТ від процесу накопичення прибутку, як джерела інвестування (для підприємств, які входять до холдингу, прибуток залишається базовим джерелом інвестицій у розвиток);

- можливості диверсифікації продуктового портфелю у рамках корпорації й мінімізації інвестиційних ризиків (продуктово-товарні та виробничі стратегії машинобудівних холдингів України є низько-адаптивними до зміни умов середовища господарювання; управляючі компанії приймають не завжди ефективні рішення про структуру виробництва на підприємствах холдингу, розташування виробничих потужностей та ін.);

- можливості впровадження складних технологій, закупівлі нового обладнання, випуску більш конкурентоспроможних товарів (обмежені, оскільки такі рішення приймаються на рівні холдингу, а якщо там вони не приймаються, то на рівні підприємств такі ініціативи неможливі).

Таким чином, потенційні можливості стабілізації та росту виробництва у важливій для держави машинобудівній галузі за рахунок формування державних холдингів не реалізовані. З метою подолання системної кризи на підприємствах цієї галузі, ми пропонуємо провести реструктуризацію діяльності державних холдингів та трансформацію системи управління ними з метою приведення її функціонування у відповідність із підприємницькими принципами, які мають бути покладені в основу системи управління холдингом.

Трансформація – це процес організаційно-економічних перетворень підприємств, за яких змінюється склад юридичних осіб, що беруть участь у перетвореннях, здійснюється реструктуризація організаційно-економічного механізму їх функціонування, включаючи системи управління в цілому та організаційної структури управління зокрема [9, с.465-466]. Трансформація державних холдингів має забезпечити можливість динамічного та ефективного маневрування активами холдингу з метою нарощування його акціонерної вартості у довгостроковій перспективі, виключення непрофільних активів та продажу підприємств, які діють неефективно або у непривабливих сегментах ринку, максимізації капіталізації, мінімізації бізнес-ризиків, ліквідності бізнесу (можливості швидкого продажу/виходу з бізнесу), максимізації віддачі на інвестований капітал [4, с.3, с.33]. Першим етапом трансформації холдингу має стати оцінка підприємств, які до нього входять, за критеріями їх потенціалу та поточного стану. Приклад методики подібної оцінки для нафтових холдингів наведений у роботі М.П.Голубєва [4, с.47-50], але вона може бути адаптована до специфічного об'єкту оцінки – машинобудівного холдингу, орієнтованого на виробництво продукції озброєння і військової техніки (як, наприклад, ДАХК «Артем»). На підставі проведеної оцінки можна буде зробити висновок про відповідність підприємств, які входять нині до холдингу, вимогам ефективного холдингу й прийняти рішення про цільову структуру холдингу (насамперед, підприємства, які мають бути придбані або продані). При цьому держава, в особі ФДМУ чи профільних міністерств, уповноважених здійснювати управління корпоративними правами держави у статутних фондах державних холдингів, має погодитися на можливість відчуження окремих активів державних холдингів у випадку, якщо за результатами аналізу буде встановлено, що їх збереження у структурі холдингу негативно позначається на ефективності його роботи. Наприклад, до машинобудівного холдингу входять підприємство А (розташоване у м.Києві) та підприємство Б (розташоване у м.Хмельницький), які у рамках холдингу виконують аналогічні функції (проміжної ланки у виробництві технологічно схожої продукції) й виробничі потужності яких завантажені недостатньо. У такому випадку за результатами аналізу може бути прийнято рішення про продаж активів холдингу (їх репрофілювання) у м.Києві та концентрацію виробництва продукції у м. Хмельницький, що призведе до зменшення постійних витрат та виробничої собівартості продукції, а також відкриє для холдингу нові можливості для диверсифікації бізнесу (за рахунок більш ефективного використання активів у м. Києві). Якщо виробництво продукції холдингу носить цивільний характер, то територіальні можливості для перенесення виробництва продукції у регіони (країни) з більш дешевою робочою силою та іншими складовими виробничих витрат, значно розширюються.

Ефективність холдингу – це ступінь відповідності його характеристик поточним чи прогнозованим комплексним критеріям, у яких власник/менеджер передбачає оцінювати ефективність [4, с.129]. Таким чином, держава, як власник, перед проведенням реструктуризації холдингу має прийняти рішення щодо критеріїв, за якими буде у стратегічній перспективі оцінюватися ефективність діяльності холдингу. Критерії, які раніше висувалися до створення холдингових компаній (збереження обсягів виробництва профільної продукції, робочих місць, вертикальних та/чи горизонтальних зв'язків між підприємствами холдингу), безумовно були лише перехідними для етапу трансформації відносин власності та нині застаріли. Для забезпечення нарощування прибутковості діяльності державних машинобудівних холдингів, збільшення частки інноваційної продукції у загальних обсягах їх виробництва, продукції з повним циклом виробництва в Україні, держава має переглянути склад критеріїв оцінки ефективності управління холдингами, визначити

ступінь пріоритетності задач, які ставляться перед ними. Такі критерії, на нашу думку, мають бути сформовані у формі стратегічних карт (за методикою Balanced Scorecard Д.Нортон та Р.Каплана) у чотирьох перспективах: «фінанси» (у якій мають бути враховані показники зростання віддачі на інвестований капітал, росту акціонерної вартості, відрахувань дивідендів до державного бюджету, рентабельності активів та ін.), «бізнес-процеси» (насамперед, з показниками мінімізації витрат у ланцюжку створення вартості), «маркетинг», «навчання та зростання».

Наступним кроком має стати формування системи економічного управління холдингом за центрами відповідальності (центри доходів, центри витрат, центри прибутку, центри інвестицій, центр управління і контролю), визначення на цій основі ступеню свободи керівництва підприємств (підрозділів) холдингу у прийнятті рішень, що впливають на акціонерну вартість холдингу, та побудови системи матеріального стимулювання менеджменту підприємств у контексті системи управління витратами. Зазначене створить основу для формування у холдингу ефективної системи внутрішньо-корпоративного підприємництва, у рамках якої підприємства холдингу мають орієнтувати свою діяльність на зовнішнього та внутрішнього клієнта відповідно до затвердженого холдингом маркетингового плану, а їх продукція має бути конкурентоспроможною не лише у рамках холдингу, але й на відкритому ринку; при цьому, трансфертна ціна на продукцію підприємств холдингу має формуватися за ринковим принципом.

Для забезпечення реалізації таких цілей, потребують модернізації існуючі державні підходи до фінансового планування діяльності державних холдингів. На сьогодні, таке планування є тактичним: держава затверджує та контролює виконання лише річних фінансових планів державних холдингів, єдиною законодавчо-закріпленою умовою до яких є прогнозування у планах отримання валового та чистого прибутку у розмірі не менше прогнозного показника попереднього року з урахуванням прогнозного рівня інфляції. На нашу думку, при формуванні та затвердженні таких річних фінансових планів відповідними державними органами повинні вимагатися та враховуватися наявність у холдингів: 1) довгострокових прогнозів фінансових потоків, акціонерної вартості, фінансових результатів холдингу та підприємств, які до нього входять; 2) актуальної оцінки акціонерної вартості холдингу та підприємств, які до нього входять, а також поглибленої діагностики причин, що впливають позитивно та негативно на динаміку такої вартості; 3) актуальних прогнозів рівня виконання, досягнення показників результативності та ефективності виробничих, інноваційних та інвестиційних програм (з урахуванням різних сценаріїв розвитку подій у середовищі господарювання); ступеню фінансового забезпечення їх реалізації та пропозицій щодо перерозподілу інвестицій між програмами у випадку недостатнього їх фінансування; 4) оцінки рівня інвестиційної привабливості для різних стратегічних зон господарювання холдингу, інвестиційних можливостей холдингу, альтернативної оцінки вартості залучення інвестицій з різних джерел, плану розподілу внутрішньо-корпоративного фінансування (за рахунок прибутку холдингу, який залишився у його розпорядженні); 5) прорахованих наслідків стратегічних рішень, прийняття яких може позначитися на фінансових показниках діяльності холдингу (у т.ч. оцінки синергетичного ефекту та можливості його втрати у випадку придбання/відчуження активів холдингу); 6) аудиту ефективності реалізації стратегічних (та пов'язаних з ними фінансових планів холдингу), або цільових програм холдингу за попередній плановий період; обґрунтованого висновку щодо причин недовиконання показників, встановлених у попередньому фінансовому плані. Таким чином, фінансове планування діяльності державних холдингів набуде стратегічної складової і дозволить органам, уповноваженим управляти корпоративними правами держави, сформувати стратегічне бачення перспектив розвитку холдингу, узгодити цілі діяльності холдингів із цілями державних програм, і, таким чином, створити можливості для досягнення додаткового синергетичного ефекту. Зазначений підхід дозволить своєчасно передбачити у державному бюджеті кошти на збільшення статутного капіталу державних холдингів, з метою забезпечення фінансування через банки холдингу (наприклад, «Артем-банк»), інноваційних програм розробки та масового виробництва продукції з високим експортним потенціалом. Крім того, можливим стає обґрунтування доцільності відчуження пакетів акцій неефективнофункціонуючих підприємств у складі холдингу, що зменшить ймовірність доведення їх до банкрутства й наступного викупу за низькою ціною.

Висновки. Таким чином, запропоновані у статті методичні підходи до підготовки процесу реструктуризації діяльності державних холдингів та трансформації системи управління ними дозволяють підвищити ефективність діяльності холдингів, своєчасність прийняття рішень щодо їх реструктуризації. Перспективним напрямком подальших досліджень вважаємо є удосконалення існуючої моделі створення державних холдингів у процесі корпоратизації та приватизації з урахуванням особливостей стратегічного організаційного розвитку III рівня, методики оцінки їх ефективності з урахуванням галузевих особливостей, а також реформування існуючих холдингів з метою їх передінвестиційної підготовки до розміщення облігацій на фондовому ринку.

Література

1. Реєстр корпоративних прав держави (холдинги) (станом на 01.04.2010 р.) [Електронний ресурс] / Фонд державного майна України. – Режим доступу : <http://www.spfu.gov.ua>

2. Щодо деяких проблем діяльності державних (національних) акціонерних та холдингових компаній України [Електронний ресурс] / Рада національної безпеки і оборони України. – 20.11.2001. – Режим доступу : <http://www.rainbow.gov.ua/news/32.html>
3. Про холдингові компанії в Україні [Електронний ресурс] : закон України. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=3528-15>.
4. Голубев М.П. Методология создания эффективных вертикально-интегрированных холдингов : [учеб. пособие] / Голубев М.П. – М. : ИНФРА-М, 2010. – 521 с.
5. Пігуль Н. Г. Особливості функціонування державних холдингових компаній в Україні / Н. Г. Пігуль, Н. А. Дехтяр // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України : збірник наукових праць. – Суми, 2004. – Т. 9. – С. 185–189.
6. Муравський А. Як особливо чесно приватизувати завод без аукціону / Андрій Муравський // Економічна прав-да. – 2009. – 06 квітня. – Режим доступу : http://www.ukruidprom.com/digest/Ak_osobливо_chesno_privatizuvati_zavod_bez_auktsonu.html?print
7. Сафронова О.М. Державні холдингові компанії в суднобудівному комплексі України [Електронне наукове фахове видання] / О.М. Сафронова, Р.А. Марецький // Державне управління: теорія та практика. – 2009. – 2 (10). – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/e-journals/DUTP/2009_2/doc_pdf/Safronova_Maretsky.pdf
8. Иванов Ю.В. Слияния, поглощения и разделение компаний: стратегия и тактика трансформации бизнеса / Ива-нов Ю.В. – М. : Альпина Паблишер. 2001. – 244 с.
9. Антикризисное управління підприємством : навч. посіб. для студ. усіх форм навчання / [З. Є. Шершньова и др.] ; ред. З. Є. Шершньова ; Мін-во освіти і науки України, Київський нац. екон. ун-т. – К. : КНЕУ, 2007. – 675 с.
10. Шершньова З.Є. Стратегічний організаційний розвиток III рівня: сучасні підходи до визначення та про-блеми його забезпечення у корпораціях / З.Є. Шершньова // Вісник Хмельницького національного університету. – 2008. – № 3(109). Т. 1. – С. 137–141.

Надійшла 16.04.2011

УДК 657

В. А. ШПАК

Національна академія статистики, обліку і аудиту, м. Київ

МОДЕЛЮВАННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ СИСТЕМ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Розглянуто моделі обліку витрат, доходів та фінансових результатів. Для управлінського обліку запропонована модель формування собівартості за неповними витратами з використанням концепції (теорії) обмеження систем, яка дозволяє моделювати різні виробничі ситуації для пошуку та прийняття оптимальних рішень.

A model accounting for costs, revenues and financial results. For management accounting cost of the proposed model for the full costs of using the concept (theory) limit systems, which allows to simulate different production situations and the search for optimal decision making.

Ключові слова: витрати, доходи, фінансові результати, моделювання, калькулювання собівартості продукції, концепції (теорії) обмеження систем.

Постановка проблеми. Моделювання в науці – це спосіб дослідження об'єкта пізнання на спеціально побудованих моделях реально існуючих предметів, процесів, явищ. До моделювання, зазвичай, в удаються тоді, коли виникає необхідність перед реалізацією технічного або організаційного проекту, абстрагуючись від дійсності, побудувати його зразок (модель). В сучасній науці використовуються різні моделі, серед яких виділимо модель у формі опису об'єкта дослідження з використанням формалізованої мови символічних позначень, характерних для відповідної галузі науки. Для бухгалтерського обліку це, насамперед, специфічні символи прояву взаємозв'язків між об'єктами обліку, що позначені записами за дебетом та кредитом відповідних рахунків у процесі відображення господарських операцій.

Дослідження складних, динамічних, багатоцільових систем, зокрема таких як бухгалтерський облік, на наш погляд, потребують моделювання. І тому моделювання нами розглядається як необхідна процедура організації бухгалтерського обліку, яка дозволяє проектувати функціональну структуру облікової системи, адаптовану до сучасних вимог та особливостей господарської діяльності підприємства.

Основна частина. Система бухгалтерського обліку як структурно-організована (упорядкована) цілісність складається з підсистем, кожна з яких виконує функції окремих ділянок обліку, налаштованих на конкретний результат. Якщо структурний підхід у дослідженнях акцентує увагу на цілісності взаємопов'язаних елементів системи, то функціональний – на принципах співвідношення та взаємозв'язків між елементами системи, а також їхніх зв'язків із системою. Функціональний підхід дозволяє виділити окремі ділянки облікового процесу з метою пошуку оптимальної моделі функціонування облікової системи загалом.

Однією з найбільш проблемних ділянок облікового процесу, на наш погляд, є облік витрат, доходів та фінансових результатів діяльності. Ця ділянка обліку є спільною проблемою для фінансового, управлінського та податкового обліку, що дозволяє, з одного боку, сприймати бухгалтерський облік як цілісну систему, де кожна з підсистем має особливе призначення, з іншого – застосовувати різні підходи до вирішення спільної проблеми. Отже, витрати, доходи та фінансові результати – це та точка дотику, де перетинаються інтереси підсистем бухгалтерського обліку

Облік витрат у фінансовому обліку базується на принципі нарахування та відповідності доходів і витрат. Для управлінського обліку характерним є багатоваріантний підхід до вирішення питань, пов'язаних з обліком витрат, який враховує їхню поведінку та співвідношення: витрати – обсяг – прибуток, витрат і вигод. Податковий облік взагалі передбачає жорстку регламентацію складу валових витрат та валових доходів, які до того ж визначаються з урахуванням принципу першої події.

Перш ніж продовжити розгляд проблеми обліку витрат здійснимо невеликий екскурс в історію і розглянемо світовий та вітчизняний досвід класифікації витрат для потреб їх обліку. Теорія та світова практика обліку витрат використовує декілька підходів до їх обліку та калькулювання собівартості продукції:

- за повнотою відображення витрат;
- за способом включення у собівартість;
- за рівнем нормування витрат;
- за об'єктами калькулювання собівартості.

За повнотою відображення витрат у собівартості продукції моделі обліку витрат поділяються на:

- модель обліку собівартості за повними витратами;
- модель обліку собівартості за неповними (частковими) витратами.

Система обліку повних витрат передбачає класифікацію витрат на основні (витрати, безпосередньо пов'язані із виробничим процесом) та накладні (витрати, що забезпечують організацію, обслуговування та управління операційною діяльністю). Щомісяця накладні витрати приєднуються до основних для визначення собівартості виготовленої продукції за повними витратами. Така модель обліку витрат у світовій практиці отримала назву «абсорпшен-костинг».

Система обліку неповних витрат – «директ-костинг» – передбачає класифікацію витрат на змінні (ті, які знаходяться у прямій залежності від обсягів виробництва продукції) та постійні (ті, які не залежать від обсягів виробництва продукції). Калькулювання виробничої собівартості продукції за неповними витратами здійснюється за змінними витратами, безпосередньо пов'язаними з виробництвом продукції. Вітчизняна практика інтерпретує цю модель, використовуючи поняття прямих та непрямих (загальновиробничих) витрат виробництва (класифікація витрат за способом включення їх у собівартість окремого виду продукції).

Моделі обліку за рівнем нормування витрат поділяються на:

- модель обліку собівартості за фактичними витратами;
- модель обліку собівартості за нормативними витратами.

Організація обліку з використанням першої моделі передбачає формування собівартості продукції за фактичними витратами підприємства з врахуванням класифікації витрат за повною та неповною собівартістю продукції, що дозволяє застосовувати такі інтегровані моделі обліку витрат:

- модель фактичної повної собівартості (факт-абсорпшен-костинг);
- модель фактичної змінної собівартості (факт-директ-костинг).

Фактична повна собівартість передбачає калькулювання собівартості продукції шляхом додавання розподілених загальновиробничих витрат до фактичних прямих витрат, внаслідок чого формується фактична виробнича собівартість. Фактична змінна собівартість продукції формується на підставі фактичних прямих та розподілених змінних загальновиробничих витрат.

Світова практика використовує модель обліку не тільки фактичних, а й стандартних витрат (стандарт-костинг). Модель обліку стандартних витрат передбачає формування собівартості продукції за нормативними витратами, обчисленими з урахуванням технологічних особливостей виробництва окремого виду продукції для кожного підприємства. Відхилення від нормативних виробничих витрат разом із адміністративними витратами, витратами на збут та іншими операційними витратами складають витрати звітного періоду і списуються на фінансові результати діяльності підприємства. Ця інтегрована модель має такі різновиди:

- модель нормативної повної собівартості (стандарт-абсорпшен-костинг);
- модель нормативної неповної собівартості (стандарт-директ-костинг).

Якщо нормативна повна собівартість формується за стандартними прямими виробничими та стандартними загальновиробничими витратами, то нормативна неповна собівартість формується за стандартними прямими та стандартними змінними загальновиробничими витратами.

Заслугує на увагу як альтернатива традиційним підходам поширена в управлінському обліку на європейських та американських підприємствах модель функціонального обліку витрат, яка у міжнародній практиці отримала назву ABC (Activity-Based-Costing). Ця система є досить складною для сприйняття,

оскільки недостатній досвід її застосування у вітчизняній обліковій практиці та проблеми перекладу із англійських видань призводять до того, що автори наукових праць, які розглядають систему ABC, інтерпретують її по-різному. Крім того, її досить часто ототожнюють або плутають із АВМ (Activity-based-management). Метод АВМ – це попроцесне (поопераційне) управління витратами. Японський вчений К. Ісікава на початку 80-х років XX століття вперше запропонував розглядати підприємство як систему процесів [1]. Що стосується ABC, то в його основу покладено припущення, що діяльність споживає ресурси, а продукція споживає діяльність [2]. Іншими словами, продукція – результат діяльності, а діяльність, в свою чергу, пов'язана зі споживанням ресурсів. ABC – це модель обліку витрат за видами робіт (операцій), яка передбачає поопераційне калькулювання собівартості продукції. Для цього на підприємстві уточнюються всі види робіт та визначаються середні витрати на їх здійснення як добуток середніх витрат, що припадають на одиницю часу кожного виду робіт, на їхню тривалість. Сума витрат за всіма видами робіт складає сукупні витрати на продукцію. Особливість ABC полягає у тому, що окремі складні операції або види робіт розкладаються на прості, які розглядаються як об'єкти обліку витрат. Щоб визначити найбільш вигідний продукт за методом ABC, необхідно розрахувати собівартість спочатку кожної робочої операції, а далі – кожного з видів продукції. Для цього пропонується всі операційні витрати підприємства розподіляти за продукцією, використовуючи різні бази розподілу. Оскільки ABC використовує різні фактори витрат в якості бази розподілу, то це дає змогу, на думку прибічників ABC, отримати досить точну інформацію про собівартість окремого виду продукції.

Важливість та значення витрат у формуванні результатів діяльності підприємства є очевидними і незаперечними. Однак, не слід переоцінювати показник собівартості виробництва продукції. Як грошовий еквівалент витрат він дозволяє ідентифікувати витрати, понесені для виробництва окремого виду продукції, і його наповнення залежить від тих підходів та завдань, які стоять перед внутрішнім менеджментом підприємства. Сам по собі показник собівартості є похідним від витрат, понесених для виробництва продукції, і спосіб його визначення (за повною чи неповною собівартістю) фактично не впливає на загальний результат діяльності підприємства. Собівартість продукції є, на наш погляд, важливим показником внутрішньогосподарського оцінювання результатів діяльності для прийняття управлінських рішень, але тільки тоді, коли вона абсолютно точно відображає витрати, пов'язані з її виробництвом. Тому склад та способи визначення собівартості продукції є питанням внутрішнього менеджменту підприємства.

Виходячи із цих міркувань, заслуговує на увагу модель обліку за неповними витратами – «директ-костинг», яка, на наш погляд, ще не вичерпала всі можливості і тільки потребує модифікації в напрямку запровадження більш жорсткого підходу до формування собівартості продукції за змінними витратами. Підхід, запропонований теорією обмеження систем (далі – ТОС), передбачає врахування у собівартості продукції тільки прямих змінних витрат, що дозволить усунути фактор розподілу непрямих витрат, який викривляє облікову інформацію.

Основним докором моделі собівартості продукції за неповними витратами, крім надання урізаної інформації про собівартість окремого виробу, вважається занижена оцінка незавершеного виробництва, що, на наш погляд, є не недоліком, а перевагою цієї моделі. На підтвердження цієї думки можна зауважити, що приблизна оцінка незавершеного виробництва, спотворена умовним розподілом непрямих витрат, аж ніяк не є кращим альтернативним шляхом отримання достовірної інформації. Зважаючи на принцип обачності, що передбачає застосування у бухгалтерському обліку методів, які повинні запобігати завищенню оцінки активів та заниженню витрат підприємства, формування собівартості за неповними витратами вважаємо доречною та виправданою схемою, оскільки ця модель дозволяє, не порушуючи основних принципів бухгалтерського обліку, отримувати достовірну інформацію за спрощеною процедурою обліку.

Перевагами моделей обліку за непрямими витратами є:

- можливість розраховувати за прямими витратами граничну собівартість одиниці продукції та проводити аналіз беззбитковості виробництва;
- можливість спрощувати облікову процедуру та економити кошти на ведення облікових робіт у зв'язку із відмовою від розподілу та списання непрямих витрат на окремі види продукції;
- можливість проводити аналіз асортиментної політики підприємства та аргументовано приймати управлінські рішення.

У вітчизняній практиці змінні витрати складаються із прямих (відносно собівартості конкретного виду продукції) та змінних загальновиробничих витрат. Постійні витрати – це загальновиробничі витрати, які, крім постійних нерозподілених витрат, також додаються до змінних витрат для визначення виробничої собівартості продукції. Нами пропонується більш жорстка модель обліку неповних витрат, яка передбачає формування собівартості продукції тільки за прямими витратами. Загальновиробничі витрати пропонується не розподіляти між окремими видами продукції, а списувати разом із адміністративними витратами, витратами на збут та іншими операційними витратами на фінансові результати діяльності.

Планом рахунків бухгалтерського обліку передбачено можливість обліку витрат за економічними елементами та видами діяльності. Якщо облік витрат за видами діяльності дозволяє отримати інформацію про понесені витрати за їхнім призначенням, то облік витрат за економічними елементами значно звужує інформативність цієї ділянки обліку. Однак, практична цінність цієї моделі полягає у спрощеному підході до

обліку витрат, якій є доречним для малих підприємств які мають невеликі обсяги та асортимент продукції, робіт, послуг. Крім того, застосування транзитом восьмого класу рахунків дозволяє підприємствам системним шляхом отримувати необхідну інформацію для аналізу витрат в розрізі їхніх видів за економічними елементами та для заповнення другого розділу «Елементи операційних витрат» форми № 2 «Звіту про фінансові результати».

На рис. 1 наведено використовувану зараз модель обліку витрат, доходів та фінансових результатів, яку пропонується модифікувати. Пунктиром показано запропоновану нами схему списання загальновиробничих витрат на фінансові результати діяльності.

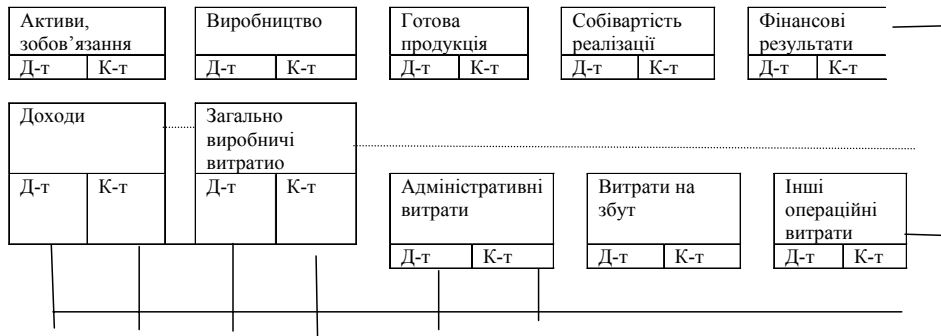


Рис. 1. Модель обліку витрат, доходів та фінансових результатів

Запропонована функціональна модель обліку витрат відповідає, на наш погляд, призначенню фінансового обліку, яке полягає у наданні достовірної інформації для складання фінансової звітності і дозволяє коректно визначити загальний фінансовий результат діяльності та оцінювати запаси (незавершене виробництво, готову продукцію) на дату складання балансу.

Для вирішення локальних питань обліку витрат та доходів, від яких залежить ефективність господарювання підприємства, призначений управлінський облік. Грунтуючись на підходах до організації обліку за ТОС [3], змодельємо процес прийняття рішення, спрямованого на отримання оптимального фінансового результату діяльності.

Для прийняття управлінських рішень щодо вигідності виробництва тієї чи іншої продукції, і, відповідно, оптимізації її структури та асортименту для отримання максимального прибутку, ми пропонуємо модель управлінського обліку витрат на базі таких показників:

- ціна (Ц);
- попит на продукцію (ПП);
- прямі виробничі витрати (ПВВ);
- маржинальний доход (МД);
- непрямі (операційні) витрати (НОВ);
- час оброблення виробу на ресурсі, що є обмеженим у використанні (ЧО);
- маржинальний доход, що припадає на одиницю часу роботи обмеженого ресурсу (МД/ЧО);
- рентабельність прямих виробничих витрат (РПВВ);
- загальний фонд робочого часу (ЗФРЧ).

Ціна продукції формується на ринку, і тому підприємство не може безпосередньо впливати на її рівень. Це стосується і попиту на продукцію.

Прямі виробничі витрати (насамперед виробничі запаси), як змінні витрати безпосередньо залежать від обсягів виробництва продукції.

Маржинальний доход розраховується як на загальний обсяг продукції, так і на окремий її вид (з виручки/ціни продукції вираховуються прямі виробничі витрати).

Кошторис непрямих операційних витрат розраховується для підприємства загалом.

Час оброблення продукції на обладнанні, що мають певні обмеження (обмежувальним фактором вважається пропускна можливість обладнання, яке стримує нарощування обсягів виробництва) визначається за технологічною картою оброблення виробу.

Для прийняття адекватного рішення щодо структури асортименту виробництва продукції за умови зростання попиту та наявності обмежувального фактора, для кожного виду продукції розраховується показник маржинального доходу, що припадає на одиницю часу роботи обладнання, пропускна спроможність якого є обмежувальним фактором (МД/ЧО).

Розрахована рентабельність прямих виробничих витрат дає можливість оцінити безпосередні (прямі) інвестиції у виробництво конкретного виду продукції.

Загальний фонд робочого часу для потреб бухгалтерського обліку розраховується, як правило, за тиждень або місяць. Він залежить від режиму роботи підприємства та законодавчо-нормативних документів держави, з питань праці.

Для наглядності запропоновані показники наведено у табл. 1.

Для забезпечення можливості практичного застосування моделей оптимізації прийняття управлінських рішень щодо вигідності асортименту виробництва продукції у табл. 2 наведено структуру необхідних даних.

Таблиця 1

Показники для прийняття управлінських рішень з оптимізації структури асортименту виробництва продукції

Продукція	Ціна (грн.)	ПП (од.)	ПВВ (грн.)	МД (грн.)	НОВ (грн.)	ЗФРЧ, (хв.; год.)	ЧО (хв.)	МД/ЧО (грн./хв.)	РПВВ (%)
А	0	0	0	0	х	х	0	0	0
В	0	0	0	0	х	х	0	0	0
....	0	0	0	0	х	х	0	0	0
Всього	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Показник маржинального доходу, який припадає на одиницю часу роботи обладнання, що є обмежувальним фактором, наведено у графі 6. Він дозволяє визначити найбільш прибуткові види продукції за розрахунком часу їх оброблення на цьому обладнанні та ранжувати їх за доходністю. Цей показник не береться до уваги, коли ЧО на одиницю не є обмежувальним фактором. Тоді достатньо буде показника МД на одиницю продукції (гр. 4).

Таблиця 2

Показники вигідності продукції за МД і МД/ЧО

Продукція	Ціна (грн.)	ПВВ, (грн.)	МД на од. продукції, (грн.), гр.2 – гр.3	ЧО, (хв.)	МД/ЧО, (грн.), гр.4 : гр. 5	ЗФРЧ, (год., хв.)
1	2	3	4	5	6	7
А	0	0	0	0	0	х
Б	0	0	0	0	0	х
...	0	0	0	0	0	х
Всього	х	0	х	0	х	0

Запропоновану модель наведено у формі таблиці (табл. 3).

Таблиця 3

Модель прийняття управлінських рішень з оптимізації структури асортименту виробництва продукції

Продукція	Попит, (од.)	Асортимент продукції, (од.)		ЧО, що припадає на продукцію, з врахуванням ЗФРЧ та часу обробки попередньої продукції, (%)		Загальний МД з продажу, (грн.)	
		з максимальним МД,	обраної для продажу	виходячи з асортименту, що дає максимальний МД	виходячи з асортименту продажу,	виходячи з асортименту, що дає максимальний МД	виходячи з асортименту продажу,
1	2	3	4	5	6	7	8
А	0	0	0	0	0	0	0
В	0	0	0	0	0	0	0
...	0	0	0	100	100	0	0

Показник ЧО, що припадає на продукцію, з врахуванням ЗФРЧ та часу оброблення попередньої продукції (гр. 5 і гр. 6) – це накопичений час, що використовується для оброблення продукції (ЧО), який розраховується у відсотках множення кількості продукції, що має перший ранг (з максимальним МД – гр. 5 та обраної для продажу продукції – гр. 6), на ЧО та діленням цього добутку на загальний фонд робочого часу (ЗФРЧ). Наступний вид продукції розраховується аналогічно з додаванням попереднього результату. Цей показник дає можливість оцінити можливість та вигоди підприємства від вибору асортименту продукції, коли обмежувальним фактором являється час оброблення продукції. Крім того, показник накопиченого ЧО не може перевищувати 100 % (ЗФРЧ), бо інакше це означатиме, що підприємство взяло на

себе зобов'язання перед покупцями, яке неможливо фактично виконати. Показник накопиченого ЧО менший 100% сигналізує про незавантаження виробничої потужності підприємства.

Висновки. У розвиток моделі обліку неповних витрат (директ-костинг), яку несправедливо, на наш погляд, залишають поза увагою, нами запропонована модель «більш жорсткого» директ-костингу – формування собівартості за абсолютно прямими змінними витратами. Ця модель дозволяє спростити процедури обліку та розподілу витрат, не порушуючи фундаментальних принципів бухгалтерського обліку: надання достовірної інформації про фінансовий стан та фінансові результати діяльності підприємства.

Література

1. Исикава К. Японские методы управления качеством / [научн. ред. и авт. предисл. А.В. Гличев ; сокр. пер. с англ.]. – М. : Экономика, 1988. – 215 с.
2. Ивлев В.А. Что такое функционально-стоимостной анализ процессов и систем / В.А. Ивлев, Т.В. Попова // ТОМ-XXI. Проблемы, опыт, перспективы / под ред. В.А. Качалова и В.Л. Рождественского. – М. : ИздАТ, 2000. – Вып. 4. – С. 169–188.
3. Корбетт Т. Управленческий учет по ТОС / Томас Корбетт ; [пер. с англ.]. – М. : ТОС Центр, 2006. – 240 с.

Надійшла 16.04.2011

УДК 651

Л. В. ЮРЧИШЕНА

Вінницький фінансово-економічний університет

МОДЕЛЮВАННЯ ПРИБУТКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

В статті розглянуто необхідність моделювання для підвищення ефективності управління прибутком на підприємстві, а також проаналізовано вплив деяких факторів на зміну величини прибутку.

In the article the necessity of modeling to improve the efficiency of revenue in the enterprise, and to analyze the influence some factors on the change of the amount of income.

Ключові слова: модель управління прибутком, прибуток, прибутковість підприємства.

Вступ. Для здійснення ефективного управління прибутком на підприємстві необхідно обрати певну модель, тобто стратегію, якою має керуватися менеджмент при обранні напрямку здійснення тих чи інших заходів при зміні обставин. Модель управління прибутком нерозривно пов'язана зі всіма складовими фінансового менеджменту на підприємстві і є методологічною основою прийняття управлінських рішень. При виборі моделі управління прибутком менеджер повинен враховувати ряд факторів, які пов'язані з особливостями господарювання підприємства, його фінансовими можливостями та загальною стратегією розвитку. Тому, процес моделювання є досить актуальним в даний час, адже вдало вибрана модель є запорукою життєздатності підприємства в майбутньому періоді.

Проблемі управління прибутком на підприємстві присвячено досить багато праць вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема: Бланка І. А., Волкова Д., Корінєва В., Кривицької О. Р., Худи В.В., Цал-Цалко Ю. С.

Метою статті є подальше вивчення моделювання управління прибутку та факторів, які можуть впливати на його зміну.

Виклад основного матеріалу. Модель управління прибутком підприємства представляє собою сукупність взаємопов'язаних функціонально організаційних блоків, що пов'язані із вирішенням конкретних завдань, а також сукупність фінансово-математичних методів, які формують методологічну основу узгодження окремих блоків моделі. У свою чергу, метод управління прибутком підприємства можна визначити наступним чином: метод управління прибутком суб'єкта господарювання – сукупність конкретних методик, технологій, способів та прийомів обґрунтування управлінських фінансових рішень формування затрат та доходів підприємства, а також форм їх виконання з метою забезпечення прийнятного рівня рентабельності фінансово-господарської діяльності такого суб'єкта господарювання.

Порівнюючи особливості моделі управління прибутком суб'єкта господарювання з іншими функціонально-організаційними блоками фінансового менеджменту (наприклад, моделі управління грошовими потоками, управління структурою капіталу та іншими) можна визначити ряд особливостей, у тому числі:

- 1) об'єктом управління в моделі являється не факторний, а результируючий показник – прибуток як результат взаємодії затрат суб'єкта господарювання та його доходів;
- 2) модель управління прибутком цілісно інтегрує функціонально- організаційні блоки інших моделей (наприклад, бюджетування, управління дебіторською заборгованістю та інші);
- 3) модель управління прибутком взаємо узгоджується з потребами управління фінансуванням

суб'єкта господарювання за рахунок власного капіталу;

4) управління прибутком підприємства базується, переважно, на методах фінансового контролінгу (наприклад: О/Р-аналіз, АВС-аналіз та інші) тощо.

Для вирішення проблеми підвищення ефективності управління формуванням прибутку підприємств важливе значення має моделювання і створення автоматизованих процедур для проведення розрахунків прибутку. Саме такий підхід забезпечуватиме ефективність реалізації прикладної сторони дослідження.

Процес управління прибутком ТОВ "Вінницький комбінат хлібопродуктів №2" має відбуватися в певній послідовності і забезпечувати реалізацію головної мети і основних задач цього управління. З цією метою за результатами дослідження ми пропонуємо використовувати розроблену структурно-логічну модель [1, 2] здійснення процесу управління прибутком підприємства (рис.1).

Оцінка результативності управління прибутком підприємства має охоплювати всі основні аспекти цього управління. Для оцінки результативності управління формуванням прибутку пропонується використовувати показники як рентабельності, так і якості прибутку.

Для аналізу рівня змінних витрат (ЗВ), чистого доходу (ЧД), валового прибутку (ВП) і операційного прибутку (ПО) можливо використати показники їх співвідношень щодо цінового (РЧО), натурального (РВО) і комбінованого (РПП) факторів, а також моделі функціональних зв'язків впливу цін (Цз, Цзб) і натуральних обсягів реалізації (Нз, Зб.) на фінансові результати господарської діяльності.



Рис. 1. Структурно-логічна модель процесу управління прибутком ТОВ "Вінницький комбінат хлібопродуктів №2"

Якщо розглядати моделі розрахунків показників операційної діяльності взаємозв'язки ефекту їх зміни реалізуються за допомогою наступних показників (табл. 1) [3, с. 449-475].

Таблиця 1

Показники взаємозв'язку ефекту їх зміни

Механізм розрахунку	Значення показника
$РЧО = ЧД : ПО$	Показує, яка сума чистого доходу підприємства створює 1 гривню операційного прибутку
$РВО = (ЧД - ЗВ) : ПО + ВП:ПО$	Показує, яка сума валового прибутку підприємства створює 1 гривню операційного прибутку
$РЗП = \Delta ПО : ПО + [(РЧО * Цз) * (1+Нз)] (РВО * Нз)$	Показує темп приросту (спаду) операційного прибутку від зміни цін і обсягів реалізації при заданому рівні РЧО і РВО

Операційний, ціновий, натуральний і комбінований фактори впливу на формування прибутку показують у скільки разів темпи зміни прибутку перевищують темпи зміни чистого доходу, відповідно до зміни цін, натуральних обсягів реалізації і обох факторів разом при відповідних витратах.

Механізм застосування окремих показників формування операційного прибутку для моделювання чистого доходу і операційного фінансового результату розглянемо за допомогою показників, наведених в табл. 2.

Таблиця 2

Показники результатів господарювання ТОВ "Вінницький комбінат хлібопродуктів №2"

Показники за рядками звіту про фінансові результати	2007 р.	2008 р.	2009 р.
1. Чистий дохід (ряд. 035, 060)	41117,5	76832,0	465612,0
2. Витрати операційної діяльності (сума ряд. 040, 070, 080, 090)	40767,5	77176,0	461699,0
3. Змінні витрати (сума ряд. 040, 090)	36190,9	66711,0	426033,0
4. Постійні витрати (сума ряд. 070, 080)	4576,6	10465,0	35666,0
5. Валовий прибуток (ряд. 050)	4926,6	10121,0	39579,0
6. Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток (ряд. 100)	350,0	-344,0	3913,0
7. Рівень показників на 1 грн прибутку від операційної діяльності, грн.:			
чистого доходу (РЧО) (п.1:п.2)	1,009	0,996	1,008
валового прибутку (РВО) (п.5:п.6)	14,1	-29,4	10,1

Так, рівень чистого доходу дає можливість зміни чистого доходу за рахунок зміни тільки ціни щодо реалізованих об'єктів діяльності. Якщо операційні витрати не змінюються, то весь приріст чистого доходу за рахунок зміни цін перетворюється в операційний прибуток. На ТОВ "Вінницький комбінат хлібопродуктів №2" спостерігається відносно велика різниця між рівнями РЧО та РВО, що відображає відносно сильний вплив динаміки змінних витрат на динаміку операційного фінансового результату. Тому, при рості чистого доходу за рахунок натурального обсягу реалізації, збільшення прибутку значно менше, ніж при збільшенні цін.

Проведемо аналіз впливу зміни ціни на прибуток підприємства (рис. 2).

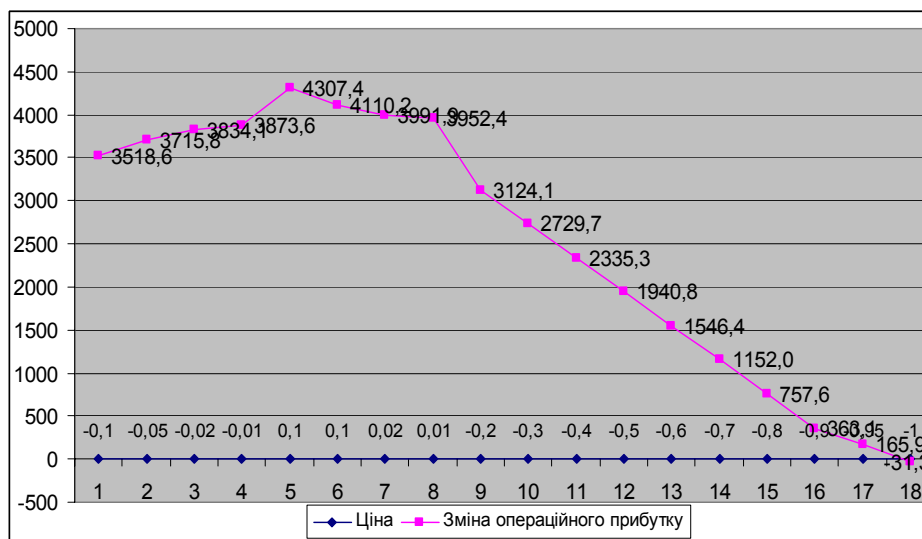


Рис. 2. Вплив зміни ціни на прибутковість ТОВ "Вінницький комбінат хлібопродуктів №2"

На рис.2 ми провели аналіз впливу зміни рівня цін на прибутковість ТОВ “Вінницький комбінат хлібопродуктів №2” і побачили, що підприємство отримає збитки лише в тому разі, якщо зменшить ціни на 100%, при цьому отримає збиток в розмірі 31,3 тис. грн. Під час дослідження за основу бралися дані 2009 року, зокрема чистий дохід та прибуток підприємства.

Величина валового прибутку, яка створює на підприємстві 1 грн операційного прибутку, характеризує функціональний зв'язок впливу на операційний прибуток зміни натуральних обсягів реалізації при одному і тому ж рівні загальної суми постійних витрат, цін та в розрахунку на одиницю змінних витрат.

Здійснимо прогнозування операційного фінансового результату за умови, що чистий дохід ТОВ “Вінницький комбінат хлібопродуктів №2” буде зменшуватися від 110 до -50% (рис. 3).

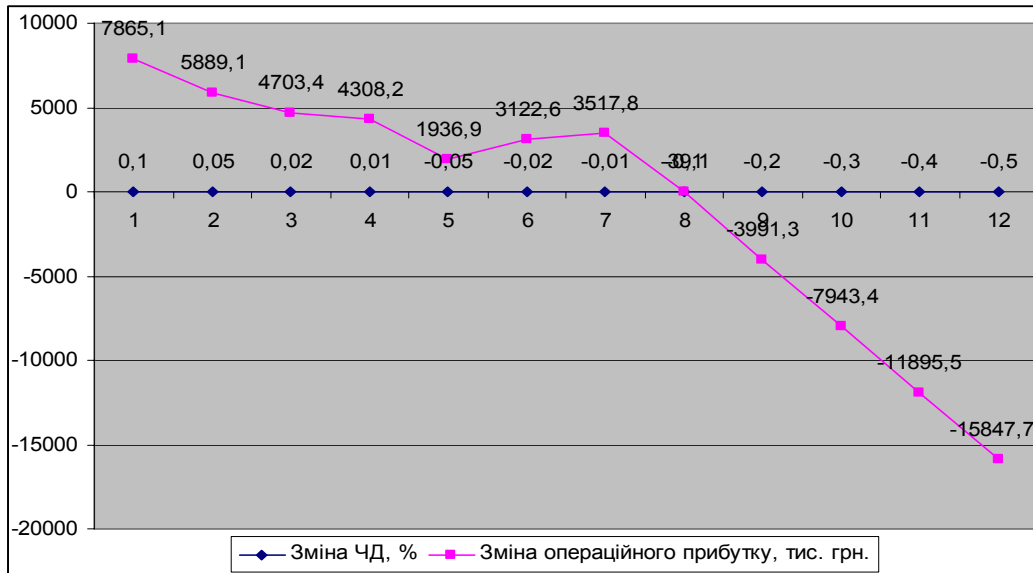


Рис. 3. Вплив зміни чистого доходу на операційний прибуток ТОВ “Вінницький комбінат хлібопродуктів №2”

Розроблений графік впливу чистого доходу на операційний прибуток ТОВ “Вінницький комбінат хлібопродуктів №2” показує, що при зменшенні чистого доходу на 10% підприємство отримає збитки в розмірі 39,1 тис. грн, 50% – в розмірі 15847,7 тис. грн. Тому, підприємство не повинно зменшувати темпи виробництва і реалізації продукції, а намагатися їх нарощувати шукаючи нові потенційні ринки збуту.

Отже, застосувавши показники РЧО і РВО при моделюванні чистого доходу і операційного фінансового результату на ТОВ “Вінницький комбінат хлібопродуктів №2” ми змогли виявити максимальне можливе зниження чистого доходу для збереження беззбитковості підприємства, так як досліджуване підприємство в поточному році є прибутковим.

В реальних умовах господарювання відбувається одночасна зміна ціни і натурального обсягу реалізації, тому для оцінки даної ситуації використовують показник одночасного коригування зміни цін і натурального обсягу реалізації (РЗП) в межах наявних можливостей, якими наводили в таблиці 2.

Проведемо моделювання темпів і напрямку зміни операційного фінансового результату для ТОВ “Вінницький комбінат хлібопродуктів №2”, за умови, що ціна зменшиться на 1,5%, а натуральний обсяг реалізації зросте на 7%, значення РЗП становитиме:

$$РЗП = \Delta ПО : ПО * 100 = (1,008 * (-0,015) * (1 + 0,07)) + (10,1 * 0,07) * 100 = -69,08\%.$$

Отже, при заданій умові операційний фінансовий результат знизиться на 69,08% у порівнянні з 2009 роком. При даному методі розрахунків на темп зміни фінансових результатів від реалізації не впливають абсолютні показники, а лише відносні величини.

На зміну величини прибутку можуть впливати ряд факторів як внутрішнього, так і зовнішнього середовища. Тому під час аналізу прибутковості ТОВ “Вінницький хлібокомбінат №2” доцільно провести факторний аналіз взявши за базовий рік 2007, а за звітний – 2009 рік.

Розрахуємо загальну зміну валового прибутку від реалізації продукції ($\Delta П$) за формулою 1:

$$\Delta П = П_1 - П_0, \quad (1)$$

де $П_1$ – прибуток звітного періоду; $П_0$ – прибуток базового періоду.

$$\Delta П = 4984,0 - 230,0 = 4754,0 \text{ тис. грн.}$$

На ТОВ “Вінницький хлібокомбінат №2” показники обсягу реалізації продукції звітнього року не перераховувались за собівартістю в цінах базисного року, тому проведення факторного аналізу валового прибутку для даного підприємства буде здійснюватися за формулами 2-6.

Факторний аналіз валового прибутку здійснюється у такій методичній послідовності :

1. Вплив зміни виручки від реалізації продукції на суму прибутку, визначається за формулами:

$$\Delta P_1 = P_0 \times (K_2 - 1), \quad (2)$$

$$K_1 = \frac{O_1^P}{O_0^P}, \quad (3)$$

$$K_2 = \frac{S_1}{S_0}, \quad (4)$$

де $P_{0,1}$ – валовий прибуток базисного та звітнього періоду;

K_1 – коефіцієнти зміни виручки від реалізації продукції;

K_2 – коефіцієнти зміни собівартості продукції;

$O_{1,0}^P$ – фактична виручка від реалізації продукції за базисний та звітний роки;

$S_{1,0}$ – собівартість звітнього та базисного періоду.

2. Вплив зміни структури та асортименту продукції на прибуток підприємства можна розрахувати за наступною формулою:

$$\Delta P_2 = P_0 \times (K_1 - K_2), \quad (5)$$

3. Вплив зміни собівартості реалізованої продукції та фактичного обсягу реалізованого прибутку на величину прибутку можна розрахувати за наступною формулою:

$$\Delta P_3 = O_{P1} \times \left(\frac{S_1}{O_{P1}} - \frac{S_0}{O_{P0}} \right), \quad (6)$$

Потрібно зазначити, що факторний аналіз прибутку надзвичайно важливий для визначення резервів зростання прибутку підприємства. Тому, визначимо вплив зміни виручки від реалізації продукції на суму прибутку, розрахувавши коефіцієнт зміни виручки від реалізації продукції та собівартості продукції для ТОВ “Вінницький хлібокомбінат №2”.

$$K_1 = 392516,0 : 47031,0 = 8,3459;$$

$$K_2 = 335999,0 : 35708,0 = 9,4096;$$

$$\Delta P_1 = 5410,0 \cdot (9,4096 - 1) = 45495,9 \text{ тис. грн.}$$

Визначимо вплив зміни структури та асортименту продукції на прибуток підприємства:

$$\Delta P_2 = 5410,0 \cdot (8,3459 - 9,4096) = -5754,62 \text{ тис. грн.}$$

Розрахуємо вплив зміни собівартості реалізованої продукції та фактичного обсягу реалізованого прибутку на величину прибутку ТОВ “Вінницький хлібокомбінат №2” за 2007–2009 рр.

$$\Delta P_3 = 392516,0 \times \left(\frac{335999,0}{392516,0} - \frac{35708,0}{47031,0} \right) = 392516,0 \times (0,856 - 0,759) = 38074,05 \text{ тис. грн.}$$

Таким чином, загальний вплив факторів на величину валового прибутку становитиме:

$$45495,9 - 5754,62 + 38074,05 = 77815,33 \text{ тис. грн.}$$

Потрібно зазначити, що факторний аналіз прибутку надзвичайно важливий для визначення резервів зростання прибутку підприємства. Проте, за відсутності достатньої інформації ми здійснили лише вплив окремих факторів на прибуток ТОВ “Вінницький хлібокомбінат №2”, а за наявності більш детальної інформації можна здійснити точний вплив факторів на формування прибутку підприємства.

Висновок. Процес управління прибутком повинен відбуватися в певній послідовності і забезпечувати реалізацію стратегічної мети підприємства. З цією метою за результатами дослідження ми пропонуємо використовувати розроблену структурно-логічну модель здійснення процесу управління

прибутком підприємства. А також, для підвищення ефективності управління прибутком вивчати вплив зовнішніх і внутрішніх факторів, що дасть можливість виявити негативний вплив факторів.

Література

1. Волков Д. Насколько оптимизация маркетинговых затрат может увеличить прибыль компании? / Д. Волков // Практический маркетинг. – 2004. – № 5. – С.12–15.
2. Управління прибутком торговельних підприємств [Електронний ресурс] : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 08.00.04 / В.В. Худа ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. – К., 2007. – 22 с. – Режим доступу : <http://www.nbu.gov.ua/ard/2007/07hvvptp.zip>
3. Цал-Цалко Ю. С. Фінансовий аналіз : [підручник] / Цал-Цалко Ю. С. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 566 с.

Надійшла 16.04.2011

УДК 65.012.32

Р. В. ЯНКОВОЙ

Київський національний університет технологій та дизайну

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ АКТИВІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Розглянуті та узагальнені організаційно-економічні засади реалізації механізму активізації підприємницької діяльності на підприємствах.

In the article consist the analysis problems of formulation system porpoises of strategically. In order to develop methodological procedures, main information problems have been created and evaluated by author.

Ключові слова: підприємництво, організаційно-економічний механізм, важелі впливу, організаційно-економічні елементи

Вступ

Підприємництво як вид специфічної діяльності може функціонувати і розвиватися лише на основі певних принципів і організаційно-економічного механізму. Проведені дослідження практики підприємницької діяльності та теорії менеджменту дали можливість сформулювати принципи підприємництва, а саме циклічність, загострення суперечностей, саморозвиток.

Розвиток і занепад підприємницької діяльності підпорядковані дії певних умов, що виникають в економічній діяльності держави. Такі умови характеризуються наявністю чітких підприємницьких циклів, основою яких є зв'язок між суспільним попитом та підприємницькою діяльністю (ПД). Тому ПД притаманна певна циклічність [1, 2].

Доведеним є факт, що життєдіяльність підприємництва забезпечується відповідним організаційно-економічним механізмом. В умовах мінливого зовнішнього середовища, якому все частіше притаманні кризові явища, підприємства потребують специфічного організаційно-економічного механізму, який виконував би роль певного адаптера до мінливих умов. Тому проведені дослідження дають змогу рекомендувати створювати для підприємств саме організаційно-економічний механізм активізації підприємницької діяльності (ОЕМАПД) [2–5].

Основний розділ

Аналіз впливу системоутворюючих факторів на підприємницьку діяльність дав можливість виділити елементну організаційну базу організаційно-економічного механізму активізації діяльності та віднести до неї «потреби людини» (П), «інноваційність» (І), «початковий капітал» (ПК), «підвищений ризик» (ПР).

Важелями механізму є наявність і стан п'яти «факторів підприємництва». Тоді ОЕМАПД можна представити такою моделлю: ОЕМАПД (П, І, ПК, ПР) = {ПФ1, ПФ2, ПФ3, ПФ4, ПФ5}, де дотримання стану відповідного фактора підприємництва визначається так:

$$ОЕМАПД(ФП) = \begin{cases} 1, & \text{якщо } ФП \geq 0 \\ 0, & \text{якщо } ФП < 0 \end{cases}$$

Таким чином, організаційно-економічний механізм активізації підприємницької діяльності доцільно розглядати як складову організаційно-економічної виробничої системи, що являє собою синтез системоутворювальних елементів підприємницької діяльності (потреби, інноваційність, капітал, ризик) і методичного врахування п'яти важелів впливу: наявність підприємницьких ідей, виникнення потреби в проведенні змін, забезпечення фінансової рівноваги підприємства, наявність споживача підприємницького продукту або послуги, наявність сприятливих умов бізнес-середовища.

Проведені дослідження елементів підприємницької діяльності та узагальнення факторів, які забезпечують її виникнення, функціонування та розвиток, дозволили використати поняття «підприємницьке ядро» [6] (рис. 1).

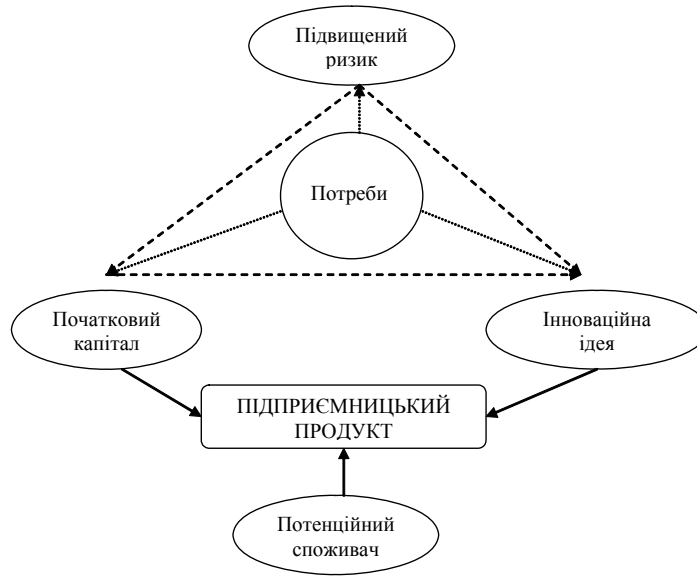


Рис. 1. «Підприємницьке ядро» як системоутворююча складова організаційно-економічного механізму активізації підприємницької діяльності

Таким чином, під категорією «підприємницьке ядро» (ПЯ) доцільно розуміти систему взаємопов'язаних елементів, що є основою для здійснення ефективної підприємницької діяльності, спрямованої на задоволення потреби підприємця в самореалізації. Дослідження та синтез елементів «підприємницького ядра» дали змогу змоделювати його таким чином:

$$ПЯ = П \cap [I \cup PK \cup PR] \cup PC, K = K_g^n \cap K_o^n, \quad (1)$$

де П – потреби самореалізації людини (підприємця), яка воліє займатися підприємницькою діяльністю; I – інноваційна ідея, що є основою підприємницької діяльності; К – початковий капітал, необхідний для здійснення підприємницької діяльності; PR – фактори підвищеного ризику; PC – потенційний споживач підприємницького продукту; K_g^n – початкові капітальні вкладення в підприємницьку діяльність; K_o^n – обігові кошти (готівка), необхідні для покриття поточних витрат підприємницької діяльності.

Висновки

Незважаючи на те, що сформульовано елементи ОЕМАПД та формалізовано моделі важелів впливу на ефективність підприємницької діяльності, слід зауважити, що підприємницьке ядро лише окреслює особливі умови, за яких можливий початок підприємницької діяльності. Для ефективного функціонування й подальшого розвитку підприємництва потрібні ще забезпечуючі умови. Практика діяльності підприємств дала можливість узагальнити чотири основні умови, що потребують дослідження та відповідних методичних напрацювань, які будуть розкриті у наступних розділах:

- структуру економіки галузі (СЕ);
- наявність мотивованих працівників (МП);
- ресурси, які необхідні для досягнення підприємницької цілі (Рп);
- інвестиції в підприємницьку діяльність (Ін).

Література

1. Шумпетер Й. Теория экономического развития / Шумпетер Й. ; [пер. с нем. Автономова В. С., Любского М. С.]. – М. : Прогресс, 1982. – 444 с.
2. Кондратьев Н. Д. Проблемы экономической динамики / Кондратьев Н. Д. – М. : Экономика, 1989. – 467 с.
3. Фелікс Янсен. Епоха інновацій / Фелікс Янсен ; [пер. с англ.]. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 308 с.
4. Аренков И. А. Предпринимательство: Основы теории промышленно-рыночных и логистических сетей / Аренков И. А., Афанасьев М. В., Семилетов С. В. – СПб. : Чарт Пилот, 2000. – 32 с.

5. Бусыгин А. В. Предпринимательство / Бусыгин А. В. – М. : Дело, 1999. – 640 с.
6. Ігнатєва І. А. Особливості формування організаційно-економічного механізму активізації підприємницької діяльності / Роман Васильович Янковий, Ірина Анатолівна Ігнатєва // Вісник КНУТД. – К. : КНУТД, 2009. – № 1. – С. 140–146.

Надійшла 11.04.2011

ФУНКЦІОНАЛЬНІ МОДЕЛІ МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЙ

УДК 336.531.2:330.123.3

І. М. БЕРШАДСЬКА

Дніпропетровський університет економіки та права імені Альфреда Нобеля

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПАЙОВИМИ ІНВЕСТИЦІЙНИМИ ФОНДАМИ ЗА КРИТЕРІЯМИ ЇХ ПОТОЧНОЇ ТА ПРОГНОЗНОЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ

Стаття присвячена дослідженню і теоретико-методичному обґрунтуванню доцільності оцінки ефективності управління пайовими інвестиційними фондами за критеріями їх поточної та прогнозованої інвестиційної привабливості, визначеної на основі трендового аналізу та індексного моделювання.

This article is devoted to scientific substantiation of investment attractiveness ratio estimation as criterion of effectiveness mutual funds management under existing conditions of Ukrainian stock market development. There is presented method of current and future investment attractiveness ratio estimation based on trend analysis and index models.

Ключові слова: ефективність, управління, трендовий аналіз, індексне моделювання, інвестиційна привабливість.

Постановка проблеми

Необхідність визначення поняття та критеріїв ефективності управління обумовлена, насамперед, тенденцією ускладнення процесів і явищ, які відбуваються в усіх сферах розвитку сучасного суспільства і в економіці зокрема. Питання ефективності управління активно дебатовані в наукових колах, їм приділяється особлива увага як вітчизняних, так і зарубіжних дослідників, таких як Акофф Р., Ансофф І., Арджиріс К., Бланк І.А., Гитман Л.Дж., Джонк М., Крейнер С., Кунц Р.Х., Марковіц Г., Маршалл Д., Мертенс А.В., Мескон М.Х., Мінєрвін І.Г., Фабозци Ф. Дж., Хедоурі Ф., Хейман Т., Хелферт Е., Холт Р., Хорн В., Шарп У. та багато інших.

Ефективності управління портфелем цінних паперів, яким зокрема і є пайовий інвестиційний фонд, притаманні деякі функціональні і організаційні особливості, тому для її визначення необхідно деталізувати категорію «управління портфелем цінних паперів».

Під управлінням портфелем цінних паперів розглядають процес вибору інструментів інвестування, способів розміщення активів та контролю за ефективністю інвестування коштів з метою максимізації його доходності при заданому рівні ризику.

Процес управління інвестиційним портфелем, а відповідно і пайовим інвестиційним фондом складається з двох етапів:

1) формування пайового інвестиційного фонду шляхом емісії інвестиційних сертифікатів з наступним інвестуванням акумульованих коштів у фінансові інструменти відповідно інвестиційній декларації і інвестиційній стратегії компанії з управління активами;

2) реструктуризація пайового інвестиційного фонду шляхом реалізації управлінських рішень щодо забезпечення задекларованих інвестиційних якостей фонду стосовно його доходності, ризику і ліквідності.

Процес управління пайовим інвестиційним фондом наведений на рис. 1.

Автори сучасних досліджень в галузі менеджменту, такі як Мескон М.Х., Альберт М. і Хедоурі Ф., розглядають управління як реалізацію певних функцій. Стосовно пайових інвестиційних фондів цільові функції інвесторів можуть суттєво відрізнятися, отже, управління фондом вважатиметься ефективним, якщо воно максимально задовольнятиме цілі і стратегічні задачі інвестора, а ефективність відобразатиме, в якій мірі компанія з управління активами пайового інвестиційного фонду реалізує поставлені цілі і досягає запланованих результатів. Результати управління, співставленні з його метою і витратами, розкриватимуть зміст ефективності як категорії управління.

Таким чином, під ефективністю управління пайовим інвестиційним фондом ми пропонуємо розуміти результати діяльності інвестиційного фонду, пов'язаної з вибором фінансових інструментів, способу розміщення активів та контролю за дотриманням умов інвестиційної декларації, співставленням з притаманними їй ризиками, доходністю і ліквідністю активів.

Ефективність управління пайовими інвестиційними фондами може характеризуватись як кількісними, так і якісними показниками. До кількісних показників належать абсолютні і відносні показники діяльності об'єкту дослідження, а саме, доходність інвестицій, рівень ризику, ліквідність, обсяги активів фондів, вартість чистих активів, до якісних – показники, побудовані насамперед на основі експертних оцінок, такі як ділова репутація компанії з управління активами фонду, рівень доступності інформації щодо діяльності керуючого, складу і структури активів фонду.

Типологізація кількісних і якісних показників діяльності пайових інвестиційних фондів наведена на рис. 2.

Інтегральний показник ефективності управління пайовими інвестиційними фондами є синтезом кількісних і якісних оцінок, тобто агрегованим критерієм оцінки інвестиційної привабливості об'єкту

інвестування коштів. Інвестиційна привабливість пайового інвестиційного фонду є інтегральним показником, який залежить від рівня і волатильності курсової вартості активів, з яких він складається, їх прибутковості, ліквідності та рівня попиту, характеристикою якого є обсяг угод з активами певного виду. Таким чином, виникає об'єктивна необхідність розробки показника інвестиційної привабливості пайового інвестиційного фонду, який враховуватиме вплив таких чинників, як поточна і перспективна курсова вартість фінансових інструментів, які входять до складу пайового інвестиційного фонду, а також їх поточна і перспективна доходність. Показник інвестиційної привабливості пайового інвестиційного фонду має інтегрувати позитивний вплив зростання курсової вартості фінансових інструментів, які входять до його складу, на інвестиційну привабливість фонду.

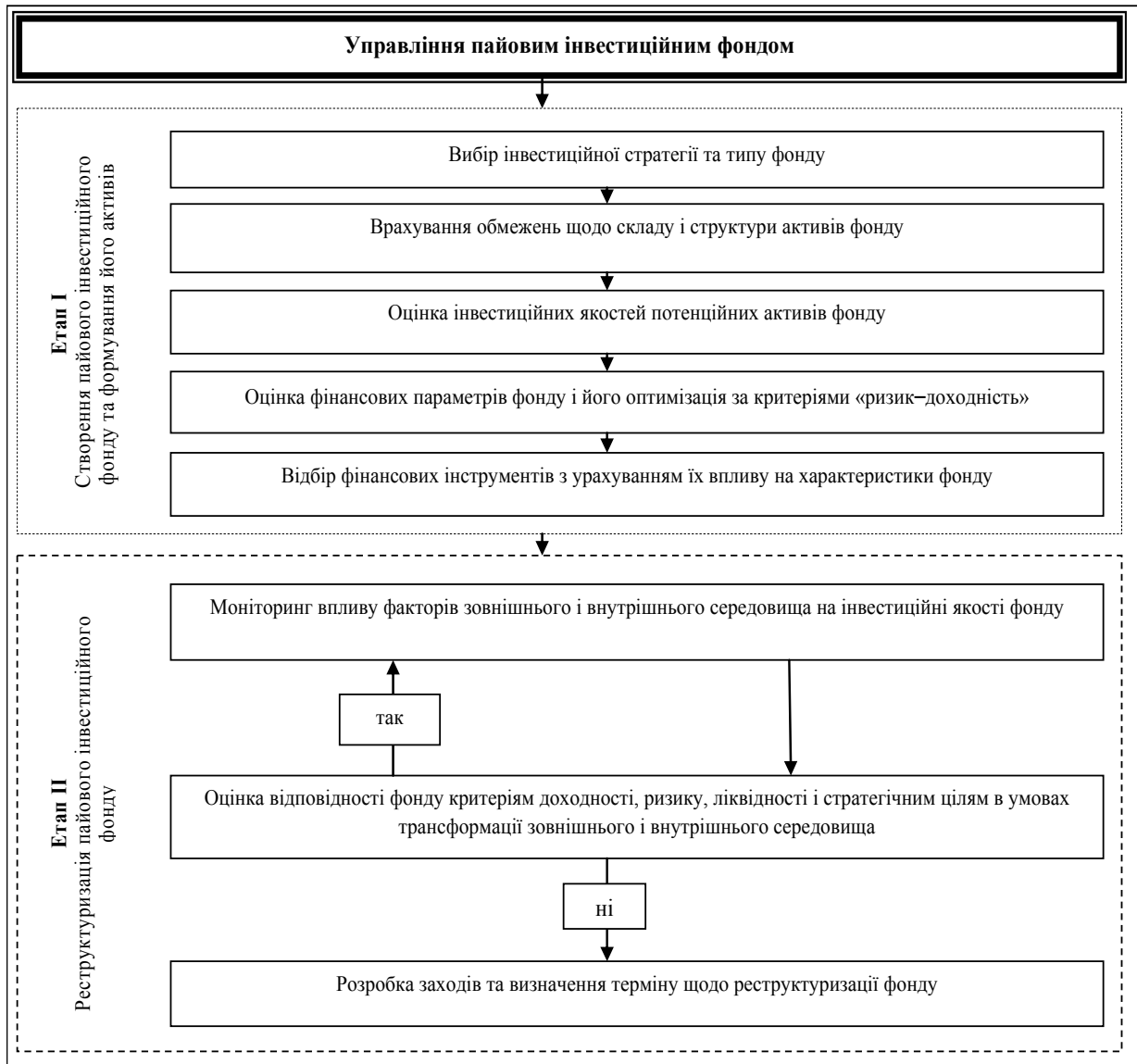


Рис. 1. Процес управління пайовими інвестиційними фондами

Питанням теоретичного обґрунтування та практичного моделювання інвестиційної привабливості цінних паперів присвячені наукові дослідження багатьох українських та зарубіжних вчених, таких як Охрименко А. [1], Степанов В. [3], Стирський М. [4], Піддубний В. [2], Потьомкін Ю. [3], Федоренко С. [3] та інші.

Узагальнюючи результати їх досліджень необхідно відзначити, що при побудові моделей аналізу і прогнозування інвестиційної привабливості мають враховуватись ендогенні та екзогенні чинники, а також особливості взаємозв'язку та взаємовпливу цих чинників один на одного та на генеральну сукупність. Оскільки пайовий інвестиційний фонд є поліцільовим об'єктом, який характеризується нескінченною множиною ендогенних і екзогенних чинників, що впливають на його здатність генерувати дохід, то з метою апроксимації взаємозв'язку цих чинників з інвестиційною привабливістю пайового інвестиційного фонду варто аналізувати релевантні для інвестиційної привабливості екзогенні тенденції.

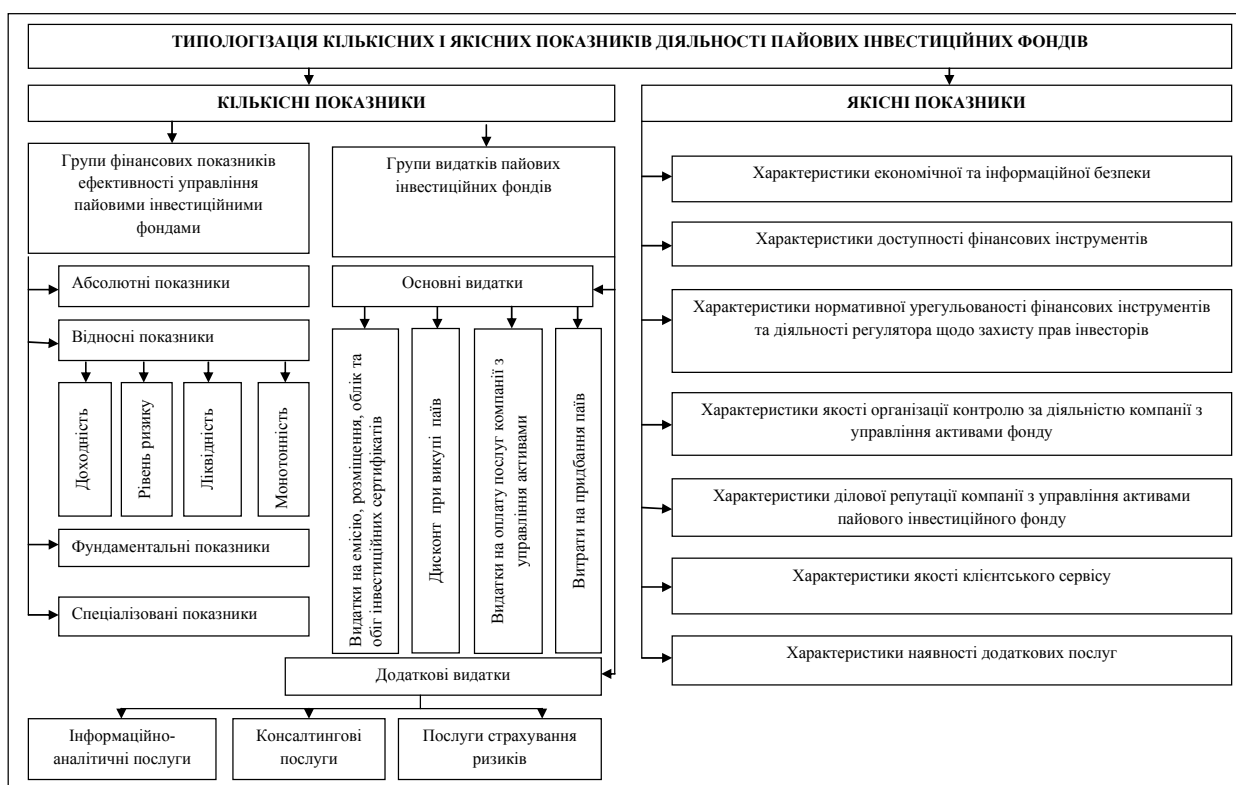


Рис. 2. Типологізація кількісних і якісних показників діяльності пайових інвестиційних фондів

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Для визначення і прогнозування інвестиційної привабливості пайових інвестиційних фондів доцільно використовувати методики трендового аналізу і індексного моделювання.

Мета дослідження

Метою даного дослідження є теоретико-методичне обґрунтування доцільності оцінки ефективності управління пайовими інвестиційними фондами за критеріями їх поточної та прогнозованої інвестиційної привабливості, визначеної на основі трендового аналізу та індексного моделювання.

Результати дослідження

Визначення інвестиційної привабливості пайового інвестиційного фонду потребує аналізу тенденцій чинників як екзогенного, так і ендогенного характеру, який складається з наступних етапів:

1. Визначення типу тенденції і характеру її впливу на досліджувану тенденцію, що дозволить прогнозувати зміну інвестиційної привабливості структурних елементів пайового інвестиційного фонду завдяки з'ясованим прогнозним оцінкам, причому як явним, так і прихованим. Математично, явними трендами будуть ті, які мають позитивну кореляцію з досліджуваним трендом, а прихованими – ті, що мають негативну кореляцію із досліджуваним трендом.

2. Визначення кореляційної залежності між визначеною і заданою тенденціями. Причому, в разі виявлення випереджальних тенденцій з тісним кореляційним зв'язком, прогнози, зроблені на основі трендового аналізу, мають високу ймовірність справдження. Перевірка реалізації прогнозів має здійснюватись з урахуванням як явних, так і прихованих тенденцій.

3. Створення економіко-математичних моделей, які описують і прогнозують розглянуту і задану тенденції.

Графічно етапи оцінки інвестиційної привабливості пайових інвестиційних фондів на основі трендового аналізу представлено на рис.3.

Грунтуючись на вищенаведених етапах оцінки інвестиційної привабливості пайових інвестиційних фондів можна побудувати матрицю комбінацій тенденцій:

A1; B1; C1 or C2 or C3 комбінація прогнозованої тенденції з позитивною кореляцією;

A1; B2; C1 or C2 or C3 комбінація прогнозованої тенденції з негативною кореляцією;

A2; B1; C1 or C2 or C3 комбінація запізнілої підтверджувальної тенденції з позитивною кореляцією;

A2; B2; C1 or C2 or C3 комбінація запізнілої підтверджувальної тенденції з негативною кореляцією;

A3; B1; C1 or C2 or C3 комбінація синхронної підтверджувальної тенденції з позитивною кореляцією;

A3; B2; C1 or C2 or C3 комбінація синхронної підтверджувальної тенденції з негативною кореляцією.

Як було вже відзначено, показник інвестиційної привабливості пайового інвестиційного фонду має враховувати значну кількість факторів, кожен з яких характеризується певною ймовірністю настання. Для його побудови необхідно визначити кількість релевантних для інвестиційної привабливості пайового інвестиційного фонду груп факторів, а також тривалість та ступінь впливу зміни кожної групи факторів на курсову вартість і доходність структурних елементів пайового інвестиційного фонду.



Рис. 3 Етапи оцінки інвестиційної привабливості пайових інвестиційних фондів на основі трендового аналізу

Показник інвестиційної привабливості пайового інвестиційного фонду, який враховуватиме всі релевантні для інвестиційної привабливості фактори, математично представляти собою наступну функцію:

$$IA_{mf} = f(\alpha; \beta; \chi; \delta), \quad (1)$$

де IA_{mf} – показник інвестиційної привабливості пайового інвестиційного фонду;

α – вплив фактору на поточну курсову вартість окремих фінансових інструментів, що входять до складу пайового інвестиційного фонду;

β – вплив фактору на поточну прибутковість окремих фінансових інструментів, що входять до складу пайового інвест–іційного фонду;

χ – вплив фактору на перспективну курсову вартість окремих фінансових інструментів, що входять до складу пайового інвестиційного фонду;

δ – вплив фактору на потенційну доходність окремих фінансових інструментів, що входять до складу пайового інвестиційного фонду.

Виходячи з вищенаведеної функціональної залежності показник інвестиційної привабливості пайового інвестиційного фонду повинен мати наступний економічний зміст:

1) при збільшенні курсової вартості його структурних елементів за визначений період часу значення показника інвестиційної привабливості має зростати і навпаки;

2) при скороченні спреда між ціною пропозиції і попиту на структурні елементи пайового інвестиційного фонду за визначений період часу значення показника інвестиційної привабливості має зростати і навпаки;

3) визначення ліквідності окремих фінансових інструментів, що входять до складу пайового інвестиційного фонду, має здійснюватись на поточний момент, щоб відбивати наявну думку діючих і потенційних інвесторів щодо їх інвестиційної привабливості.

Економіко-математична інтерпретація показника інвестиційної привабливості пайового

інвестиційного фонду представлена формулою 2.

$$IA_{mf} = \frac{\left[\sum_{s=1}^n \frac{\left(\frac{Pm_{st} - Pm_{st-1}}{Pm_{st-1}} \right) \cdot 100\%}{\frac{Pask_{st} - Pbid_{st}}{Pbid_{st}}} \right]}{n}, \quad (2)$$

де s – фінансовий інструмент, який входить до складу активів пайового інвестиційного фонду;
 n – кількість фінансових інструментів, з яких складаються активи пайового інвестиційного фонду;
 t – період часу, за який аналізується інвестиційна привабливість пайового інвестиційного фонду;
 Pm – курсова вартість фінансового інструменту, яка визначається на момент останньої укладеної

угоди;

$Pask$ – ціна пропозиції певного фінансового інструменту;

$Pbid$ – ціна попиту певного фінансового інструменту.

До основних переваг запропонованого показника належать:

- 1) простота розрахунку і одержання вхідної інформації;
- 2) можливість здійснення оперативного управління пайовим інвестиційним фондом шляхом його реструктуризації в разі виявлення тенденції зменшення його інвестиційної привабливості;
- 3) врахування показника ліквідності при оцінці ефективності управління пайовим інвестиційним фондом.

Розрахунок прогнозного показника інвестиційної привабливості пайового інвестиційного фонду здійснюється на основі статистичного методу прогнозування, який ґрунтується на аналізі часових рядів за умови екстраполяції минулих і поточних значень показника інвестиційної привабливості пайового інвестиційного фонду на майбутній період.

Запропонований показник інвестиційної привабливості пайових інвестиційних фондів може бути використаний інвестиційними аналітиками не лише як критерій оцінки ефективності управління пайовим інвестиційним фондом, а й як критерій рейтингування пайових інвестиційних фондів певних типів.

Література

1. Охрименко А. Российские мотивы в нашей энергетике: Методы оценки инвестиционной привлекательности акций / А. Охрименко // Рынок капитала. – 1998. – № 10.
2. Поддубный В.И. Расчеты «разумной» цены акций открытых акционерных обществ, которые выставляются на фондовых биржах, региональных денежных аукционах и конкурсах ФГИУ / В.И. Поддубный // Фондовый рынок. – 2003. – № 8.
3. Степанова В. Оцінювання інвестиційної привабливості акцій на основі фінансової звітності емітента / В. Степанова, Ю. Потьомкін, С. Федоренко // Ринок цінних паперів України. – 2003. – № 9.
4. Стирський М.В. Методологічні аспекти оцінки інвестиційної привабливості ринку акцій / М.В. Стирський // Фінанси України. – 2002. – № 2.

Надійшла 04.04.2011

НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТЬ “ІННОВАЦІЇ” ТА “ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ” У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Проведено дослідження поняття “інновації” та “інноваційна діяльність” у сільському господарстві з метою визначення їх економічної сутності та передумов для впровадження у виробничу діяльність. Розглянуто інноваційний процес як складову системи управління інноваційною діяльністю на сільськогосподарських підприємствах. Запропоновано визначення понять “інновації” та “інноваційний процес” стосовно підприємств агропромислового комплексу.

A concept of innovation and innovation activities in agriculture in order to determine their economic substance and the conditions for implementation in productive activities studied. A process as part of an innovative system of innovation activities on farms. Proposed definitions of “innovation” and “innovation process” in relation to agricultural enterprises.

Ключові слова: інновації, інноваційна діяльність, інноваційний процес, сільське господарство.

Постановка проблеми. Відкриття вітчизняних ринків після входження України до СОТ призвело до посилення конкурентної боротьби за споживача між підприємствами сільського господарства. Впровадження новітніх технологій та методик у такому випадку є запорукою виживання та стабільного розвитку в конкурентних умовах кризового середовища. З використанням інноваційної продукції вітчизняні сільськогосподарські підприємства зможуть стабілізувати процеси виробництва в рослинництві й тваринництві та гідно конкурувати на внутрішніх і зовнішніх ринках. На сьогодні існує значна кількість проблем теоретичного та прикладного характеру, які стосуються інноваційної діяльності в агропромисловому комплексі України. Однією з них є недосконалість, а подекуди й нерозробленість термінологічного апарату в сфері інновацій та інноваційної діяльності саме у сільському господарстві. Такі поняття як “інноваційна діяльність”, “інновація”, “інноваційний процес”, “інноваційний потенціал”, “інноваційна політика”, “інноваційна активність”, “інноваційно-інвестиційна програма” в агропромисловому комплексі часто дублюють один-одного, гальмуючи розвиток вітчизняної наукової думки та викликають неоднозначні трактування в сучасних доступних тезаурусах економічних термінів. Саме тому необхідно здійснити аналіз та дослідити дані поняття у контексті можливого використання у галузі сільського господарства для відпрацювання максимально ефективних підходів до управління агроформуваннями та інфузії у вітчизняне законодавство.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Основні теоретичні і методологічні положення, що пов’язані з розкриттям сутності та змісту інноваційної діяльності та її особливостями на сільськогосподарських підприємствах досліджені в роботах Л.Л. Антонюка, В.Г. Андрійчук, О.І. Дачія, Т.О. Зінчук, М.В. Зубця, М.І. Крупки, О.В. Кот, О.В. Попової, І.А. Павленка, П.Т. Саблука, С.О. Юшина та інших.

Метою статті є вивчення економічної сутності і змісту інновацій та інноваційної діяльності, їх особливостей у сільському господарстві для окреслення основних підходів щодо здійснення та управління ними на агропідприємствах України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Досліджуючи термінологічні суперечності в інноваційній діяльності сільськогосподарських підприємств необхідно, перш за все, врахувати специфіку останніх, якими створюються матеріальні блага рослинного і тваринного походження для забезпечення населення продуктами харчування, а переробну промисловість – сировиною. Основними особливостями інноваційної діяльності в агропромисловому виробництві, на думку Г.М. Саранчук, є:

- 1) різноманітність сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки, вагома різниця в технологіях їх виробництва;
- 2) значна диференціація окремих регіонів країни по агротехнологічних умовах виробництва;
- 3) залежність використовуваних у сільському господарстві технологій від природних умов;
- 4) розпороченість сільськогосподарського виробництва на значній території;
- 5) велика різниця в періодах виробництва окремих видів сільськогосподарської продукції;
- 6) відособленість сільськогосподарських товаровиробників від наукових установ, що займаються виробництвом науково-технічної продукції;
- 7) відсутність організаційно-економічного механізму передачі досягнень науки сільськогосподарським товаровиробникам [1, с. 29-30].

В дослідженнях О.І. Янковської [2, с. 55; 3] виділено п’ять особливостей інноваційного процесу в сільському господарстві: тривалий процес розробки новації; інновації носять, як правило, покращувальний характер; дослідження живих організмів; провідна роль науково-дослідних установ; залежність від природної зони та клімату.

Багато в чому, ці особливості визначають сучасні дефініції “агроінновацій”, які зустрічаються у вітчизняній та зарубіжній економічній літературі (табл. 1).

Аналіз визначень інновацій у сільському господарстві свідчить, що виходячи зі специфіки

досліджуваного об'єкта, існує багато підходів до пояснення сутності цього поняття. Низка вчених стверджують, що інновація це результат творчого процесу у вигляді нової продукції, технології, методу тощо. Інші вважають, що це зміни в техніці, технології чи організації, які в майбутньому призведуть до задоволення певних суспільних потреб. Також існує думка, що інновації є результатом впровадження наукових знань та науково-дослідних робіт у виробничо-господарську діяльність, що спричиняє покращення її ефективності.

Таблиця 1

Розкриття сутності поняття “інновації в АПК” у роботах вітчизняних та зарубіжних науковців

Автор	Визначення
Бухвостов Ю.В. [4]	Результат праці, отриманий завдяки застосуванню нових наукових знань, що перетворюють процес функціонування та розвитку виробничо-господарської системи АПК у напрямі підвищення її ефективності, стійкості та системної якості відносин
Іванов В.А. [5]	Реалізація в господарській практиці результатів досліджень і розробок у вигляді нових сортів рослин, порід і видів тварин і кросів птахів, нових і покращених продуктів харчування, матеріалів, нової техніки, нових технологій в рослинництві, тваринництві і переробній промисловості, нових форм організації і управління різноманітними сферами економіки, нових підходів до соціальних послуг, які дозволяють підвищити ефективність виробництва
Кот О.В. [6]	Системні впровадження в аграрну сферу результатів науково-дослідницької роботи, що призводять до позитивних якісних та кількісних змін у характеристиці взаємозв'язків між біосферою та техносферою, а також поліпшують стан навколишнього середовища
Попова О.В. [7]	Інновація, яка зачіпає безпосередньо (або опосередковано, в межах технологічного ланцюга) процеси, учасниками яких є людина, машина (обладнання, інструмент тощо) та компонент навколишнього середовища (тварина, рослина тощо) існування яких у природньому середовищі (без участі людини) неможливе або можливе з втратою базових функціональних характеристик
Шайтан Б.І. [8]	Нові технології, нова техніка, нові сорти рослин, нові породи тварин, нові добрива і засоби захисту рослин і тварин, нові методи профілактики і лікування тварин, нові форми організації, фінансування і кредитування виробництва, нові підходи до підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації кадрів і т.д.
Янковська О.І. [2]	Кінцевий результат впровадження новації у галузі сільського господарства (сортів рослин, порід тварин, засобів захисту рослин або тварин, технологій вирощування тощо), який призвів до отримання економічного, соціального, екологічного та інших видів ефекту

Таким чином, запропоновані дослідниками визначення інновацій дозволяють розуміти дане поняття, як зміну, яка вноситься суб'єктом господарювання у власну діяльність з метою підвищення конкурентоспроможності на ринку та задоволення суспільних потреб.

На думку В.Н. Гончарова та А.К. Каменського, в агропромисловому виробництві поняття “інновація” пропонується в трьох аспектах: як особлива стадія в русі науково-технічної продукції у виробництво; як особлива форма діяльності, яка пов'язує науку з виробництвом; як одна зі сторін виробництва (у виробника і споживача) [9].

Погоджуємось з А.І. Трубіліним, який зауважує, що інноваційний шлях розвитку агропромислового виробництва має три взаємопов'язаних і взаємообумовлених напрямки:

- інновації в сфері людського фактора – підготовка спеціалістів масових професій, здатних експлуатувати нову техніку і обладнання, застосовувати наукоємні технології, підвищення їх кваліфікації і перепідготовка; підготовка спеціалістів середньої і вищої ланок, які володіють теоретичними і практичними знаннями на рівні сучасних вимог, інформаційно-комунікаційними технологіями; організація безперервної освіти, у тому числі й дистанційними методами;

- інновації в сфері біологічного фактора – розробка і освоєння нововведень, які забезпечують підвищення родючості земель сільськогосподарського призначення, зростання урожайності сільськогосподарських культур і продуктивності сільськогосподарських тварин (розробка нових методів обробки ґрунтів, меліорації земель, створення нових сортів агрокультур і багатолітніх насаджень, порід і типів тварин, рецептур кормів, мінеральних добрив, хімічних і біологічних засобів захисту біологічних об'єктів – рослин і тварин; сортооновлення і сортозміна сільськогосподарських культур і т.п.);

- інновації в сфері техногенного фактора – забезпечують удосконалення техніко-технологічного потенціалу агропромислового виробництва на основі енерго- і ресурсозберігаючої техніки і наукоємних технологій, які дозволяють різко підвищити продуктивність праці і ефективність господарської діяльності, впроваджувати в широких масштабах зберігаюче і прецизійне землеробство [10, с.9].

Е.Ш. Саїдаблаєва, посилаючись на дослідження 1969 р. Л. Ржиги, зауважує, що інноваційний розвиток реалізується в декількох напрямках, що взаємно впливають і доповнюють один одного (механізація, автоматизація, хімізація та інше), які на практиці представлені та обумовлюються:

- створенням і використанням досконаліших виробів, поліпшенням їх техніко-економічних параметрів, механічних, хімічних та інших характеристик;
- підвищенням технічного рівня виробничих процесів, створенням нових і удосконаленням існуючих типів машин, обладнання, агрегатів і приладів та їх впровадженням;
- створенням, винаходами, впровадженням і використанням нового вигляду матеріалів, палива та енергії, вдосконаленням і більш доцільним використанням існуючих видів матеріалів і сортів рослин;
- розробкою, впровадженням нових технологічних засобів виробництва і вдосконаленням існуючої технології, організації виробничих процесів [11, с. 26].

Найбільш поширеними новаціями в аграрній сфері А.І. Гордійчук називає нові сорти та гібриди рослин і породи тварин, штами мікроорганізмів, марки і модифікації сільськогосподарської техніки, технології, хімічні та біологічні препарати (вакцини), економічні розробки (документально оформлені методики, різні рекомендації тощо) [12, 13]. Однак, крім технічних та економічних інновацій, в інноваційному розвитку сільського господарства можна виділити ще соціальну, організаційну, управлінську та юридичну складові.

На нашу думку, інновацію слід розглядати як кінцевий результат інноваційної діяльності, який набув форми принципово нового або значно вдосконаленого виду продукції (роботи, послуги), техніки чи технології і якому передували науково-дослідні роботи з використанням нових методів, технологій, методик.

Трансформація результату наукових досліджень в інноваційну продукцію відбувається за такими етапами: проведення досліджень і впровадження наукових розробок; виробнича перевірка результатів наукової діяльності (апробація); капіталізація – правова експертиза і юридичне закріплення ексклюзивних прав авторів або власників прав наукових досліджень на їх реалізацію або інші форми використання. На цій стадії інновація набуває статусу об'єкта права інтелектуальної власності і потребує вартісної оцінки і правового захисту [11, с.26].

Проходження та оцінку інноваційного продукту на етапах від виникнення ідеї до її розробки і впровадження слід розглядати як життєвий цикл інновації, в чому полягає сутність інноваційного процесу. Інноваційний процес має циклічний характер і реалізується передачею інформації зі сфери дослідження до сфери виробництва. З нашої точки зору, інноваційний процес можна трактувати як цілеспрямовану діяльність підприємства, яка на завершальному етапі призведе до одержання нових або значно удосконалених відомих видів продукції (робіт, послуг), техніки чи технологій, що забезпечуватимуть ефективний розвиток сільського господарства.

Аналізуючи етапи інноваційного процесу, слід зазначити, що найбільш тривалим і трудомістким є процес створення інноваційної продукції, технології чи техніки. Даний етап характеризується проведенням фундаментальних досліджень та розробок і пов'язаний зі значними ризиками, пов'язаними з отриманням незадовільних результатів. Наступним етапом є проведення виробничої перевірки отриманих результатів, тобто введення інновацій у попереднє виробництво та оцінка отриманого ефекту від них. Після виробничої перевірки слідує стадія оформлення закінчених розробок як об'єктів інтелектуальної власності, видання свідоцтв, авторських прав, ліцензій тощо. І лише після апробації наукова розробка трансформується в інновацією і рекомендується для масового впровадження у виробництво.

В багатьох дослідженнях спостерігається ототожнення понять “інноваційний процес” та “інноваційна діяльність”.

Наприклад, в праці П.А.Андреева інноваційна діяльність визначається як процес або діяльність, у ході якої здійснюється стратегія прориву на базі реалізації ідеї, відкриття або технічного винаходу, доведених до комерційного використання і отримання ефекту [14, с. 9].

С.В. Ільдеменов та ін. визначають інноваційну діяльність як вид діяльності з доведення науково-технічних ідей, винаходів, розробок до результату, придатного в практичному використанні. Вона включає всі види наукової діяльності, проектно-конструкторські, технологічні, дослідні розробки, діяльність з освоєння нововведень у виробництві і у їх споживачів – реалізацію інновацій [15, с. 49].

В свою чергу, інноваційна діяльність у сільському господарстві – це процес впровадження наукових досягнень у виробництво, що докорінним чином впливає на підвищення конкурентоспроможності виробників і різко підвищує економічну ефективність продукції, що виробляється [11, с. 26].

Проаналізувавши різні точки зору, на нашу думку, найбільш коротко та, водночас, повно визначає дане поняття В.В. Лаврук [16], який під інноваційною діяльністю розуміє діяльність з моменту народження наукової або науково-технічної ідеї і доведення її до впровадження. Її можна представити у вигляді наступних етапів: науковий розвиток ідеї, проведення теоретичних і експериментальних досліджень, експериментально-конструкторська розробка, виробництво, доведення до стадії впровадження відповідними службами. У повному обсязі інноваційна діяльність сільськогосподарського підприємства включає цілий комплекс заходів, що спрямовані на ефективну реалізацію інноваційних ідей і подальше практичне використання отриманих результатів і розробок.

Слід зазначити, що інноваційна діяльність, як і інноваційний процес у сільському господарстві, порівняно з іншими галузями характеризується тривалими термінами розробок і апробації. Це пов'язано з

тим, що потрібно чимало часу для того, щоб вивести нові селекції сортів рослин чи порід тварин.

Висновки. Провівши дослідження теоретичного характеру, яке більшою мірою стосувалося аналізу понятійної бази інновацій, інноваційного процесу та інноваційної діяльності у сільському господарстві, було виявлено, що існує значна кількість підходів різних науковців, щодо визначення даних категорій. Це зумовлено, в першу чергу, особливостями самого сільського господарства, сезонним характером виробництва, тривалим процесом розробки, а також високим рівнем ризику, що притаманний даній галузі. В результаті формується неоднозначне трактування понять інновацій та інноваційної діяльності в агропромисловому комплексі.

Для розвитку сільського господарства потрібно впроваджувати прогресивні техніко-технологічні, організаційно-економічні та інші рішення, які будуть спрямовані на поліпшення якості продукції, підвищення ефективності та конкурентоспроможності виробництва.

Подальші дослідження повинні спрямовуватися на вивчення та вдосконалення методики бухгалтерського обліку витрат на інноваційну діяльність на підприємствах сільського господарства для забезпечення інформаційного підґрунтя прийняття управлінських рішень.

Література

1. Саранчук Г.М. Інноваційний розвиток сільського господарства як основа підвищення його конкурентоспроможності / Г.М. Саранчук // Інноваційна економіка. – 2010. – № 1. – С. 26–32.
2. Янковська О.І. Інноваційний процес у сільському господарстві / О.І. Янковська // Наука і економіка : науково-теоретичний журнал Хмельницького економічного університету. – 2009. – № 4 (16), Т. 2. – С. 54–58.
3. Янковська О.І. Особливості інновацій в сільському господарстві [Електронний ресурс] / О.І. Янковська // Економіка. Управління. Інновації : електронне наукове фахове видання. – 2010. – № 2. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/e-journals/eui/2010_2/10yaooicg.pdf
4. Бухвостов Ю.В. Детерминирующее воздействие инвестиций на формирование экономики инновационного типа (на примере аграрного сектора) : дис. ... канд. экон. наук / Юрий Викторович Бухвостов. – М., 2009. – 261 с.
5. Иванов В.А. Методологические основы инновационного развития агропромышленного комплекса / В.А. Иванов // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2008. – № 2 (2). – С. 50–59.
6. Кот О.В. Теоретичні аспекти інноваційного розвитку аграрного сектору економіки та його організаційно-економічне забезпечення / О.В. Кот // Проблеми науки. – 2008. – № 9. – С. 30–37.
7. Попова О. В. Вопросы методологии управления инновационными процессами в АПК / О.В. Попова // Управление общественными и экономическими системами. – 2007. – № 1 (9).
8. Шайтан Б.И. Инновации в АПК и роль службы сельскохозяйственного консультирования / Б.И. Шайтан // Инновационная деятельность в АПК: опыт и проблемы : материалы междунар. научно-практ. конф. (13-14 января 2005 г.). – М., 2005. – С. 206–213.
9. Гончаров В.Н. Теоретические основы формирования и развития инновационно-инвестиционной деятельности предприятий АПК / В.Н. Гончаров, А.К. Каменский // Науковий вісник Луганського Національного аграрного університету. Серія: економічні науки. – 2009. – № .
10. Трубилин А.И. Инновационный путь развития агропромышленного производства / А.И. Трубилин // Власть. – 2009. – № 2. – С. 8–11.
11. Саїдаблаєва Е.Ш. Специфіка інноваційного розвитку підприємств сільського господарства / Е.Ш. Саїдаблаєва // Культура народів Причорномор'я. – 2009. – № 163. – С. 25–27.
12. Гордійчук А.І. Ефективність галузей сільського господарства та їх інноваційний розвиток / А.І. Гордійчук // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. – 2010. – Вип. 154. Ч. 1.
13. Гордійчук А.І. Інноваційний розвиток галузей сільського господарства та ефективність їх функціонування / А.І. Гордійчук // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. – 2010. – Вип. 146.
14. Андреев П.А. Инновационные процессы в сельском хозяйстве / Андреев П.А. – М. : “Агро-Вестник”, 2000. – 182 с.
15. Ильдеменов С.В. Инновационный менеджмент / Ильдеменов С.В., Ильдеменов А.С., Воробьев В.П. – М. : Инфра-М, 2002. – 211 с.
16. Лаврук В.В. Інноваційний продукт у сільському господарстві як результат інноваційного процесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=218>

Надійшла 05.04.2011

РАЗВИТИЕ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА КАК НАУКИ В РОССИЙСКИХ УСЛОВИЯХ

Рассмотрены и обобщены основные вехи в развитии финансового менеджмента как науки. Выявлены ключевые элементы системы финансового менеджмента, работающие в комплексе с учетом фаз жизненного цикла развития организации. Определены причины безуспешного применения западных методов управления финансами на российских предприятиях.

Reviewed and summarized the major milestones in the development of financial management as a science. Identified key elements of the financial management system, working in conjunction with the light of life-cycle phases of organization development. The reasons of unsuccessful application of Western methods of financial management at Russian enterprises.

Ключевые слова: финансовый менеджмент, элементы финансового менеджмента, цикличность экономического развития, фазы жизненного цикла организации, причины неэффективного финансового менеджмента.

Развитие финансового менеджмента в России нельзя напрямую сопоставлять со становлением этой дисциплины на Западе. Российский финансовый менеджмент имеет свои особенности.

Развитие финансового менеджмента как науки в России началось с 1990-х годов. В этот период отечественные теоретики и практики пытались адаптировать западные методы управления финансами для применения в условиях экономики переходного периода.

Итак, финансовый менеджмент – это саморегулирующаяся финансовая система на уровне коммерческой организации, которая взаимодействует с внешней средой и ее функционирование направлено на достижение общих целей управления предприятием. Финансовый менеджмент коммерческой организации входит в состав финансового управления наряду с финансово-кредитным механизмом государства и управлением финансами в некоммерческих организациях [1].

В Российской Федерации отдельные элементы финансового менеджмента присутствовали на разных этапах экономического развития, но в полном смысле этого понятия финансовый менеджмент не был реализован. Переход к рыночным отношениям приводит к разделению функций управления финансами на уровне государства и финансовых отношений организации до саморегулирования в рамках коммерческой организации, что создает формальную основу для реализации финансового менеджмента. В функциях государства остается финансирование социальной сферы, а у коммерческой организации – самофинансирование собственного развития, поэтому благополучие организации зависит от правильности действий и быстроты реакции управленческого персонала этой организации, а не от финансирования государства.

Первоначально функциями финансового менеджмента занимались специалисты в области экономики предприятия, плановики, бухгалтеры-аналитики, которые шли от учета и проведения расчетов, построения планов, прогнозов и калькулирования цен к вопросам подготовки и принятия решений по широкому спектру проблем управления ресурсами предприятия.

Следующим шагом в развитии финансового менеджмента стала разработка универсальных правил и процедур для принятия решений в этой области, что позволило интерпретировать его как совокупность общих стандартизованных финансовых методов, процедур и технологий.

Финансовый менеджмент – это система взаимосвязанных элементов. Выделяют следующие элементы: организационная структура, кадры, методы, инструментарий, информационное обеспечение, технические средства, которые оказывают воздействие на решение стратегических и оперативных вопросов финансового менеджмента, тем самым формируется финансовая политика организации, которая опосредует решение производственных вопросов и взаимоотношения с бюджетом, инвесторами, собственниками и контрагентами [2].

Важно заметить, что элементы системы финансового менеджмента должны работать не по отдельности, а в комплексе с учетом фаз жизненного цикла развития организации. Только тогда можно говорить о системе, которая приведет к росту производительности труда и (или) снижению издержек производства. Этот эффект совместных действий выше самой суммы индивидуальных усилий.

Построение системы финансового менеджмента через выделение ее основных элементов и определение их взаимосвязей является необходимым, но не достаточным условием эффективного управления в области финансов.

Динамичность системы финансового менеджмента обусловлена тем, что на нее воздействует постоянно меняющаяся величина финансовых ресурсов, расходов, доходов, колебания спроса и предложения на капитал.

Эти изменения во многом определяются цикличностью экономического развития каждого производства и зависимостью функционирования организации от этого фактора.

Цикличность экономического развития в рыночной экономике рассматривалась многими

економістами, починаючи з Адама Смита. Циклічне рух кон'юнктури проявляється в зміні цін товарів і сильно сказується на економічному стані підприємства.

В своєму розвитку будь-яка організація проходить декілька фаз:

0 фаза – реєстрація, становлення нового продукту, нової технології, нових основних фондів, нового персоналу, нової системи управління.

1 фаза – ріст виробництва продукції, виручки, прибутку, ріст самої організації (реорганізації), збільшення чисельності управлінського персоналу, розширення їх функцій, відбувається децентралізація повноважень.

2 фаза – стабілізація виробничого процесу і процесу управління.

3 фаза – криза в розвитку організації, виражена в зменшенні обсягів виробництва, скороченні виручки, зростанні витрат, зменшенні і відсутності прибутку, що знаходить вираження в негативній величині грошового потоку або зростанні боргованості організації [3].

В нашій країні відсутні загальні для всіх підприємств методи оцінки їх фінансового стану. Порогові значення показників, за якими проводиться оцінка фінансового стану підприємств, їх ліквідності, рентабельності активів, були запозичені з західної практики і не відповідають російським умовам. Крім того, через різний рівень розвитку окремих підприємств в галузі, а також окремих галузей результати аналізу, виконаного з використанням західних методик, не відображають справжнього фінансового стану підприємств.

В Росії відсутні будь-які традиції управління грошима, оскільки фінансовий менеджмент сформувалася стихійно, і методи управління грошима дуже різні. Так, фахівці з управління грошима одних компаній створили вітчизняну школу фінансового менеджменту і розробили свої підходи до управління грошима, інші фахівці адаптували американські моделі управління грошима, треті – європейські [4].

Недостатнє розвиток законодавчої і нормативної бази в Росії також сказується на особливостях фінансового менеджменту в російських компаніях.

На розвиток російського фінансового менеджменту в сучасних умовах впливає відсутність необхідної кількості кваліфікованих менеджерів і фахівців з управління грошима компаній.

До причин невдачного застосування західних методів управління грошима в російських підприємствах можна віднести: низьку фінансову дисципліну, відсутність ведення обліку, невідповідні дійсності дані, зафіксовані в фінансовій звітності. Фінансова звітність, на основі якої проводиться оцінка фінансового стану підприємств, часто не відображає справжнього положення справ. Невісний фінансовий механізм управління різними видами ресурсів на підприємстві і політика м'яких бюджетних обмежень ускладнюють розвиток фінансового менеджменту.

Фінансовий менеджмент, з одного боку, – це мистецтво, оскільки більшість фінансових рішень орієнтовані на майбутні фінансові успіхи компанії, що передбачає іноді чисто інтуїтивну комбінацію методів фінансового менеджменту, засновану на знанні тонкощів економіки ринку. З іншого боку, це наука, оскільки прийняття будь-якого фінансового рішення вимагає не тільки знань концептуальних основ фінансового менеджменту фірми і науково обґрунтованих методів їх реалізації, але і наукових знань загальних закономірностей розвитку ринкової економіки.

Література

1. Кузнецов Б.Т. Фінансовий менеджмент : [навчальний посібник] / Кузнецов Б.Т. – М., 2008. – 415 с.
2. Морозко Н.И. Фінансовий менеджмент : [навчальний посібник] / Морозко Н.И. – М., 2009. – 197 с.
3. Уліна С.Л. Підходи до формування системи фінансового менеджменту в Росії / С.Л. Уліна // Менеджмент в Росії і за кордоном. – 2007. – № 5.
4. Павлова Л.Н. Фінансовий менеджмент : [навчальний посібник] / Павлова Л.Н. – М., 2008. – 269 с.

Надійшла 05.04.2011

ЦЕННОСТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ КАК ЭЛЕМЕНТ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ

В данной работе рассмотрена методика различий национальных культур: различие в силе или дистанция власти, индивидуализм и коллективизм, мужественность и женственность, неопределенность и избегание.

In the given work the technique of distinctions of national cultures is considered: distinction in force or a power distance, individualism and a collectivism, courage and femininity, uncertainty and avoidance.

Ключевые слова: общество, отношения, поведение, организационная культура, ценности.

Термин «корпоративная (организационная) культура» встречается в научной литературе с различными толкованиями. К наиболее полному определению можно отнести следующее: корпоративная (организационная) культура – это совокупность межличностных ценностей, норм и стилей поведения, общения и реализации трудовых обязанностей, культурных и экономических приоритетов развития коллектива предприятия, неформальная социально-групповая структура коллектива и прочие социально-психологические характеристики персонала предприятия в их органической взаимосвязи [3].

Ученые включают в организационную культуру неформальный образ реально существующего предприятия, который исторически сформировался в недрах предприятия и присущий этому предприятию набор ценностей, верований, символов, обычаев, традиций, заповедей, героев, следование которым позволяет коллективу достигать успехов и процветания предприятия [3]. Следовательно, можно утверждать, что больше всего на культуру организации оказывает влияние такой фактор, как ценности, принятые в организации.

На протяжении всей истории существования человечество выработало огромное количество норм поведения и общения. Основание этих норм устанавливалось и категории ценностей, которые образуются в человеческом сознании путем сравнения разных явлений. Роль ценностей в организации чрезвычайно велика, т.к. в соответствии с ценностями происходит отбор информации в процессе общения, устанавливаются социальные отношения и навыки взаимодействия. В сознании человека существует одновременно множество ценностей, поэтому они упорядочены определенным образом по отношению друг к другу. Исследования показали, что есть возрастные границы усвоения человеком ценностей, по достижении которых изменить представления о ценностях довольно сложно. Чтобы исключить ситуации непонимания и добиться положительных итогов в межкультурных контактах, необходимо стремиться к познанию особенностей ценностных ориентаций партнера. На сегодняшний день это стало возможно благодаря проведению тренингов внутри организации, заставляющих людей взглянуть со стороны на себя и своего начальника или подчиненного, а также дает возможность совместно проанализировать поступки.

Привести какой-либо обобщенный перечень корпоративных ценностей не представляется возможным, поскольку организационная культура почти всегда является оригинальной смесью ценностей, отношений, норм, привычек, традиций, ритуалов, присущих только данной организации.

С точки зрения науки о ценностях (аксиологии), ценности представляют собой свойства общественного предмета удовлетворять определенным потребностям отдельного человека или группы. Ценностные отношения не возникают до тех пор, пока субъект не обнаружил для себя проблематичность удовлетворения актуальной потребности [1]. Применительно к организационной культуре ценности можно определить как желательное событие, поскольку личность всегда занимает позицию оценки по отношению ко всем элементам окружающей ее внешней среды. Ценности в данном случае могут служить стимулом, необходимым условием для любого рода взаимодействия, если при этом учитывать различия в ценностях. Наиболее известной является методика измерения объемов национальных культур, разработанная Г. Хофшted, который предложил использовать четыре критерия для измерения различий:

1) Различие в силе (РС) или дистанция власти – показывает, какое значение в разных культурах придается властным отношениям между людьми, и как варьируются культуры относительно данного признака. Некоторые культуры имеют иерархическую или вертикальную структуру, в то время как в других культурах иерархия слабо выражена и преобладает горизонтальная структура построения властных отношений. В обществах с иерархической структурой, а значит большой дистанцией власти, всем начальникам выказывается уважение и демонстрируется послушание. Выражать противоречия или оказывать сопротивление здесь не принято и недопустимо. В подобных культурах существует сильная зависимость между начальником и подчиненными.

В культурах обладающих малой дистанцией власти наибольшее значение придается равенству в отношениях. Хофштеде объясняет дистанцию власти через основные ценности членов общества, наделенных властью.

2) Индивидуализм и коллективизм (ИК) – люди, которые обязаны следить за состоянием дел в

семье и за состоянием своих собственных дел. Разделение культур на индивидуалистические и коллективистские помогает объяснить различия в поведении представителей разных культур. Общества, где интересы групп важнее интересов индивида, называются коллективистскими. Первой группой, в которую попадает человек еще при рождении, является его семья, которая состоит из большого числа людей. Личное мнение здесь чаще всего определяется мнением группы. К странам с таким типом культуры относят Панаму, Пакистан, Колумбию, Корею и Россию.

Лишь небольшая часть людей на планете живет в обществах, где индивид важнее группы и такие сообщества называются индивидуалистическими. К странам с индивидуалистским типом культуры относят США, Канаду, Нидерланды.

3) Мужественность и женственность (МЖ) (или маскулинность – феминность) – преобладающие ценности в обществе. Мужественность характеризуется стремлением к достижению цели и успехом в преобладающих ценностях в обществе. Женственность характеризуется заботой о других, о качестве уровня жизни. Каждое общество делится на мужчин и женщин. Типы поведения, которые считаются характерными для одного пола, могут изменяться в зависимости от типа культуры. Чаще всего мужчинам предписано обладать такими качествами, как твердость характера, мужественность, соперничество. От женщин обычно ожидают проявления таких качеств как мягкость, впечатлительность, эмоциональность. Если следовать этому определению, то в культурах обладающих мужественностью центральное место занимает работа, материальное благополучие, соперничество и конкуренция. В культурах феминных на первом плане выступают эмоциональные связи между людьми, забота о членах общества. К культурам женского типа Хофштеде относит Швецию, Норвегию, Нидерланды, Данию, Финляндию. К культурам с преобладанием мужественности Хофштеде причислил Японию, Австрию, Италию, Германию, Англию.

4) Неопределенность и избегание (НИ) – степень, при которой люди чувствуют грозу от сомнительных ситуаций и создают веру и учреждения, стараясь избежать опасных ситуаций. Состояние и чувство неопределенности является частью существования человека. Это связано с тем, что мы не можем предсказывать события с абсолютной точностью. В культурах с высоким уровнем неопределенности человек испытывает стресс и страх, вследствие чего повышается агрессивность общества. Для преодоления этого состояния агрессии создаются правила, максимально предопределяющие действия индивида. Культуры с низким уровнем избегания неопределенности характеризуются низким уровнем стрессов и соответственно меньшим количеством регулирующих предписаний и правил. К странам с высоким уровнем избегания неопределенности относят Грецию, Японию, Францию. К странам с низким уровнем избегания неопределенности причисляют Данию, Швецию, Ирландию, Великобританию, США [2].

Из приведенных выше критериев можно составить 4 типа ценностей, взяв за основу разделение целого на две части низших и высших ценностей (табл. 1).

Таблица 1

Типы ценностей

Ценности	Характеристика
Маленькое расстояние в силе и малое избегание неопределенности	У организаций типа деревенского рынка, в которой нет иерархии или же правила являются самым важным аспектом, но толкование ситуации и образа поведения доминируют. Такой тип обычен для США, Англии, Скандинавских и Балтийских государств, Нидерландов.
Маленькое расстояние в силе и сильное избегание неопределенности	Организация имеет характер машины, тип организации, в которой правила и установки доминируют. Такой тип организации обычен для Германии, Израиля, Швейцарии.
Большое расстояние в силе и сильное избегание неопределенности	Организация имеет характер человеческой пирамиды, формальная структура и влияние иерархии на другие предписания являются доминирующим фактором. Такой тип организации обычен для Франции, Испании, России, Японии.
Большое расстояние в силе и слабое избегание неопределенности	У организации характер расширенной семьи. Иерархическая структура и влияние ситуативной иерархии доминируют. Этот тип организации обычен для Гонконга, Индии, Арабских стран.

Основанные на теории Хофштеда исследования, были проведены экспертами TACIS. Данные, полученные в результате сравнения различий между странами представлены в таблице 2.

Таблица 2

Сравнение различий между странами на основе теории Хофштеда

СТРАНА	РС	ИК	МЖ	НИ
Бельгия	65	75	54	94
Китай	80	20	50	60

СТРАНА	РС	ИК	МЖ	НИ
Дания	88	74	16	23
Финляндия	33	63	26	59
Франция	68	71	43	86
Германия	35	67	66	65
Япония	54	46	95	92
Страны Балтии	40	60	30	50
Нидерланды	38	80	14	53
Россия	95	50	40	90
Саудовская Аравия	95	25	60	80
Швеция	31	71	5	29
США	40	91	62	46

РС – чем меньше цифра, поставленная в таблице, тем меньше расстояние в силе.

ИК – маленькая цифра означает слабый индивидуализм.

МЖ – маленькое значение показателя означает слабую мужественность.

НИ – маленькое значение означает слабое избегание неопределенности.

Особое внимание следует уделять двум показателям национальной культуры: расстояние в силе и избегание неопределенности связаны с образом организации в культуре.

Стремление к общим ценностям способно объединять людей в группы, создавая мощную силу в достижении поставленных целей. Данный аспект можно использовать весьма эффективно, с целью направления активности людей на достижение поставленных целей.

Литература

1. Занковский А. Н. Организационная психология : [учебное пособие] / Занковский А. Н. – М. : ФОРУМ, 2009 (2000, 2002). – 648 с.
2. Иванова Т. Ю. Теория организации : [учебник] / Иванова Т. Ю. – Иркутск : КноРус, 2010. – 432 с.
3. Масютин С. А. Механизмы корпоративного управления : [научная монография] / Масютин С. А. – М. : ЗАО «Финстатинформ», 2002. – 240 с.

Надійшла 05.04.2011

УДК 658.147:658.148

Ю. А. ЧЕРНЕЦЬКА

Одеський державний економічний університет

ФОРМУВАННЯ ОПТИМАЛЬНОЇ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Стаття присвячена дослідженню проблеми оптимізації структури капіталу. Досліджуються методи та критерії оптимізації структури капіталу. Автором пропонується своє бачення проблеми оптимізації співвідношення власного і позикового капіталу.

The article is devoted to the research of problem of optimization of capital structure. Methods and criteria of optimization of capital structure are examined. An author offers the vision of problem of optimization of correlation of owner's equity and loan capital.

Ключові слова: оптимізація структури, власний капітал, позиковий капітал.

Результат і ефективність діяльності підприємства залежать від того, наскільки раціонально використовується капітал. Дотримуючи певні пропорції власного і позикового капіталу, можна забезпечити необхідний рівень фінансової незалежності, рентабельності, а також максимізувати ринкову вартість підприємства. В ринкових умовах виникає необхідність обґрунтування оптимальної структури капіталу.

Аналіз літературних джерел свідчить про високу зацікавленість вчених та практиків у питаннях оптимізації. Однак, незважаючи на досить велику кількість праць, присвячених цій проблемі, окремі її аспекти недостатньо розроблені та висвітлені в економічній літературі.

Метою даної статті є узагальнення теоретичних підходів та методів формування раціональної структури капіталу підприємства.

Для українських промислових підприємств при виборі структури капіталу характерними є наступні особливості: у багатьох з них фінансовий стан незадовільний, при прогнозуванні результатів діяльності українських компаній застосовуються моделі, що не дозволяють правильно прогнозувати динаміку їх фінансового важеля, основні засоби сильно зношені і вимагають великих інвестицій для заміни, існуючі

методи ухвалення інвестиційно-фінансових рішень не повною мірою враховують інтереси держави, власників компаній і пов'язаних з ним осіб; значна частина акціонерів не відчують себе повною мірою власниками [1].

Тому виникає необхідність в управлінні структурою капіталу, яке включає її оптимізацію.

Відповідно до визначення, наведеного в тлумачному словнику економічних термінів, оптимізація – це пошук найбільш прийнятної розв'язку – компромісу – щодо багатьох різних фіксованих критеріїв оптимальності. Знайдений розв'язок є найбільш прийнятним з багатьох точок зору (критеріїв) одночасно, хоча швидше за все й не найкращим за кожним із критеріїв оптимальності окремо [2, с. 356].

Дійсно, сутність принципу оптимізації складається з обрання такого рішення, яке щонайкраще враховувало б внутрішні можливості й зовнішні умови діяльності підприємства. Оптимізація – це обрання деякого економічного показника, який дозволяє порівнювати ефективність будь-яких рішень.

На думку І.О. Бланка, оптимальна структура капіталу становить таке співвідношення використання власних і позикових коштів, за умови якого забезпечується ефективна пропорційність між коефіцієнтом фінансової рентабельності (коефіцієнтом власного капіталу) та коефіцієнтом стійкості підприємства, тобто максимізується його ринкова вартість [3, с. 213].

Схоже визначення оптимізації структури капіталу дають Т.В. Головка та С.В. Сагова [4, с. 8].

В.О. Подольська та О.В. Яріш вважають: “Оптимізація структури капіталу – це ...таке співвідношення між власним і позиковим капіталом, за якого забезпечується найефективніша пропорційність між дохідністю та фінансовою стійкістю підприємства” [5, с. 355].

До основних методів управління структурою капіталу підприємства можна віднести наступні:

- 1) оптимізація структури капіталу за критерієм максимізації рівня рентабельності власного капіталу, яка включає різноманітні розрахунки з використанням механізму фінансового левериджу.
- 2) оптимізація структури капіталу за критерієм мінімізації вартості капіталу, заснована на попередній оцінці вартості власного й позикового капіталу при різних умовах його залучення і здійснення різноманітних розрахунків середньозваженої вартості капіталу.
- 3) оптимізація структури капіталу за критерієм мінімізації фінансового ризику, яка пов'язана із процесом диференційованого вибору джерел фінансування різних складових частин активів підприємства, залежно від відношення власників або менеджерів до фінансових ризиків [6].

У кожному конкретному випадку можна використовувати той або інший критерій оптимізації структури капіталу. Серед науковців існують різні погляди на вирішення цієї проблеми. Деякі з них вважають за необхідне максимізацію рівня фінансової рентабельності поряд з рівнем фінансової стійкості, проте даного положення важко досягти на практиці [3]. Інша група економістів пропонує послідовне використання усіх трьох методів і формування показника структури капіталу з урахуванням їх граничних значень, що також є трудомістким процесом і не дає однозначної відповіді [6]. Існують також думки з приводу доповнення зазначених методів показниками кредитоспроможності і платоспроможності, левериджу в майновій структурі капіталу тощо [7, 8].

Таким чином, в економічній літературі мають місце різні думки щодо методики оптимізації структури капіталу. Але вирішення цього питання, на нашу думку, потребує комплексного підходу.

На сьогоднішній день найбільшого поширення набули розроблені західними теоретиками-фінансистами дві основні теорії, які конкурують між собою, – статична і ієрархічна теорії структури капіталу.

Статична теорія структури капіталу пов'язана зі встановленням цільового відношення заборгованості до вартості активів, і поступово підприємство рухається в даному напрямку.

Ієрархічна теорія структури капіталу представлена у вигляді фінансової ієрархії, де підприємство віддає перевагу внутрішньому фінансуванню над зовнішнім і борг – власному капіталу. В даній теорії структура не має чіткого цільового відношення рівня заборгованості до вартості активів [1].

Більшість економістів, фінансових менеджерів підкреслюють, що жодна з теорій не відповідає реальній фінансовій практиці вибору структури капіталу. На практиці менеджери вважають за краще користуватися не теоріями і моделями, а простими евристичними підходами, під якими розуміють алгоритми розв'язання задачі, що не має строгого обґрунтування, але дає прийнятне рішення в більшості практично значимих випадків [2].

Ми вважаємо, що при формуванні певної структури капіталу необхідно провести ряд дій. По-перше, вважатимемо, що на підприємстві апіорі існує певна структура. При подальшому аналізі ми розглядатимемо підприємства, які працюють на ринку деякий час, тобто знаходяться на стадії зростання або зрілості життєвого циклу організації, на відміну від підприємств, що знаходяться на стадії створення, структура капіталу, яких формується під впливом інших чинників.

На даному етапі дослідження ми схильні до того, щоб в структурі капіталу переважала величина власного капіталу. Це пов'язано із змінною ринковою ситуацією, фінансово-економічною кризою, політикою кредитування господарюючих суб'єктів та ін. Загальновідомо, що власний капітал простіше залучити, при цьому забезпечується фінансова стійкість підприємства, його платоспроможність в довгостроковому періоді. Але відмовитися повністю від позикового капіталу неможливо, оскільки його залучення призводить

до збільшення отриманого підприємством прибутку. Однак, треба врахувати, що підприємство повинне виплатити основну суму кредиту і відсотки. Для знаходження граничної величини використання позикового капіталу для кожного конкретного підприємства здійснюють розрахунок ефекту фінансового левериджу, який дозволяє визначити оптимальну структуру капіталу з позицій найбільш вигідного його використання.

Раціональна структура капіталу не є стабільною, оскільки фінансування є динамічним процесом, а також модифікуються чинники, що впливають на структуру капіталу, особливо в умовах нестабільної економічної ситуації. Відповідно змінюються і переваги підприємства у виборі певних джерел формування структури капіталу. Ми вважаємо, що найбільш раціональним є планування структури капіталу на рік, тобто в поточному плані.

Процедура вибору раціональної структури складається з ряду наступних дій (рис.1).

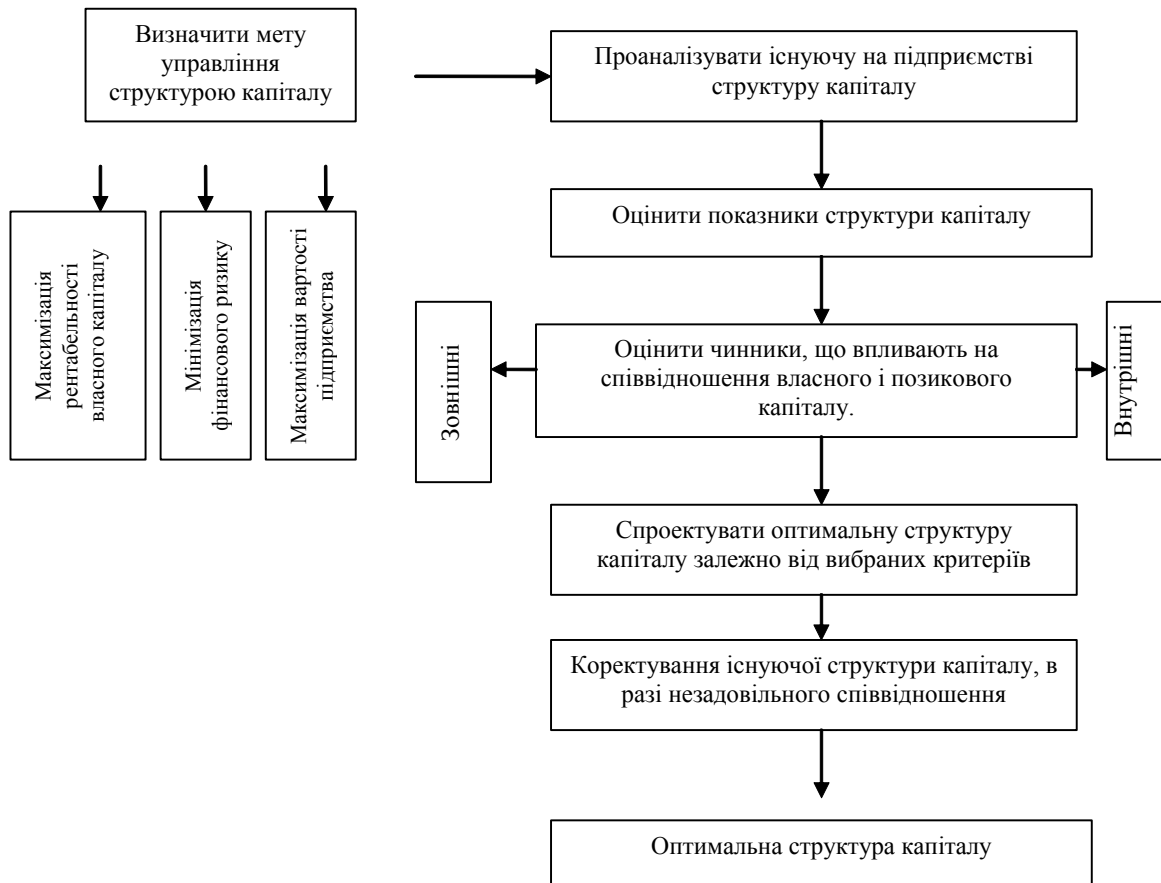


Рис. 1. Система дій при оптимізації структури капіталу підприємства

Таким чином, керуючись запропонованою схемою, можна визначити оптимальне співвідношення власного та позикового капіталу. Ми бачимо, що оптимізація структури капіталу залежить від ряду чинників, критеріїв. Кожне окреме підприємство керується тим критерієм, який вважається найбільш доцільним. Тому поняття оптимальної структури капіталу набуває значного суб'єктивного змісту.

Висновки

Підбиваючи підсумки наведеного вище вивченого матеріалу, слід зазначити наступне:

1. Оптимальна структура капіталу становить таке співвідношення використання власних і позикових коштів, за умови якого забезпечується ефективна пропорційність між коефіцієнтом фінансової рентабельності (коефіцієнтом власного капіталу) та коефіцієнтом стійкості підприємства, тобто максимізується його ринкова вартість.

2. Формування оптимальної структури капіталу підкоряється тим або іншим критеріям. Ці критерії для кожного окремого господарюючого суб'єкта індивідуальні. При формуванні певної структури капіталу приймаються до уваги різні умови, які характеризують операційну, інвестиційну, фінансову діяльність підприємства.

3. Деякі економісти, менеджери вважають необхідною максимізацію рівня фінансової рентабельності поряд з рівнем фінансової стійкості, інша група економістів пропонує послідовне використання усіх трьох методів і формування показника структури капіталу з урахуванням їх граничних значень. Існують також думки з приводу доповнення зазначених методів показниками кредитоспроможності і платоспроможності, левериджу в майновій структурі капіталу.

Література

1. Шумила А.И. Проблема оптимизации структуры капитала предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.rusnauka.com/10_NPE_2010/Economics/60674.doc.htm. – Заголовок з екрану.
2. Толковый словарь экономических терминов / [сост. В. Коноплицкий, А. Филина]. – К. : Изд-во «Альтерпресс», 2000. – 450 с.
3. Бланк И.А. Управление формированием капитала / Бланк И.А. – К. : Ника-Центр, Эльга, 2002. – 512 с.
4. Головки Т. В. Стратегічний аналіз : [навч.-метод. посіб.] / Т. В. Головки, С. В. Сагова. – К. : КНЕУ, 2002. – 198 с.
5. Подольська В. О. Фінансовий аналіз : [навч. посіб.] / В. О. Подольська, О.В. Яріш. – К. : Центр навч. л-ри, 2007. – 488 с.
6. Гончаров А. Б. Фінансовий менеджмент : [навч. посіб.] / Гончаров А. Б. – Х. : ІНЖЕК, 2007. – 237 с.
7. Викиданець І. В. Методи оптимізації структури капіталу підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступа : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vdnuet/econ/2009_3/27.pdf.
8. Семенов Г.А. Оптимізація структури капіталу підприємства / Г.А. Семенов, А.В. Пелешко // Держава та регіони. – 2010. – № 4. – С. 164–169.

Надійшла 13.04.2011

УДК 69.003

О. М. ЯСТРЕМСЬКА

Харківський національний економічний університет, м. Харків

Д. В. РАЙКО

Національний технічний університет “Харківський політехнічний інститут”, м. Харків

ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В роботі удосконалено організаційну структуру департаменту маркетингу на крупному промисловому підприємстві, особливість якої полягає у виокремленні трьох відділів – маркетингових досліджень, розвитку бізнесу та комунікацій, що зумовлюється змістом функцій, які властиві маркетингу як основі розвитку підприємства. Запропонована організаційна структура департаменту маркетингу забезпечує якісне формування та ефективне впровадження маркетингової стратегії в процесі стратегічного управління розвитком маркетингової діяльності підприємства.

The work improved the organizational structure of marketing department at large industrial enterprises, that lies in the selection of three departments - marketing research, business development and communications, conditional content features that are inherent in marketing as the basis for enterprise development. Proposed organizational structure of marketing department provides quality and efficient formation implementation of marketing strategy in the strategic management of the development of marketing activities enterprise.

Ключові слова: департамент маркетингу, промислове підприємство, система «споживач—підприємство—партнер», відділ розвитку бізнесу, відділ маркетингових досліджень, відділ комунікацій.

Вступ. В умовах ситуації, що швидко змінюється, і жорсткої конкурентної боротьби підприємства мають не тільки концентрувати увагу на стані справ у їх внутрішньому середовищі, а й розробляти довгострокову стратегію, яка давала б їм можливість адаптуватися до змін, що відбуваються в їх оточенні. Досягнення цієї мети неможливе без планування та оптимізації організаційної структури підприємства, зокрема, завдяки створенню умов для найуспішнішої реалізації потенціалу співробітників усіх підрозділів виробничого підприємства, результатам маркетингової діяльності в умовах підвищених вимог споживачів до якості товарів і послуг.

Набуваючи все більшого значення в діяльності підприємств, маркетинг поступово знайшов своє відображення у побудові організаційно-управлінських структур і їх функцій, що в свою чергу, призвело до зростання кількості маркетологів у кадровому складі підприємства або збільшення кількості різних підрозділів (відділ збуту, обслуговування, комунікацій, досліджень та розробок, маркетингу тощо). Так, маркетинг перетворився у повномасштабну службу, яка має сильний і визначальний вплив на всі сторони господарської діяльності підприємства.

В контексті розгляду організаційної структури підприємства слід зазначити усталені точки зору науковців щодо визначення поняття «організаційна структура» [1–4]: організаційна структура підприємства є сукупністю елементів системи (підрозділів підприємства) та організації взаємозв'язків між ними. Найбільш чітким визначенням організаційної структури відповідно до положень запропонованого концептуального підходу стратегічного управління розвитком маркетингової діяльності в роботі слід вважати визначення організаційної структури за Г.Б. Клейнером [1], який виділяє департамент маркетингу як самостійний підрозділ в структурі підприємства.

В науковій літературі авторами [1–4] використовується низка визначень для позначення маркетингового підрозділу на підприємстві, (служба маркетингу, відділ, департамент). Щодо предмету даного дослідження – організаційної структури маркетингу на великих промислових підприємствах – доцільно говорити про формування департаменту маркетингу, який створюється у відповідності до запропонованої концепції стратегічного управління розвитком маркетингової діяльності на підприємстві.

Організаційна структура, яка має у своєму підґрунті маркетинг як філософію бізнесу, дозволяє оперативнo й адекватно реагувати на зміни зовнішнього середовища та ефективно взаємодіяти з ним, продуктивно і доцільно використовувати ресурси підприємства, сприяти досягненню мети організації з високою ефективністю, забезпечує конкурентоспроможність підприємства та сприяє розвитку партнерських відносин.

Таким чином, акцентування на створенні організаційних структур, орієнтованих на маркетинг та підвищення інтересу до вивчення специфіки сучасної комерційної діяльності при застосуванні маркетингового підходу, що характеризується більш повним задоволенням запитів споживачів, є обґрунтованими та необхідними з позиції підприємств, зацікавлених у своєму розвитку.

Основний розділ. Організація департаменту маркетингу на великому промисловому підприємстві зумовлюється перспективністю та складністю функцій, які властиві маркетингу як підґрунтю розвитку бізнесу і які повинен виконувати підрозділ маркетингу відповідно до концепції стратегічного управління розвитком маркетингової діяльності на підприємстві. Так, підприємство, яке може розглядатися у складі більшої системи «споживач-підприємство-партнер» в процесі свого функціонування та розвитку характеризується множинністю інформаційно-комунікаційних зв'язків, інтеграційних процесів взаємодії зі споживачами та партнерами, у результаті чого підвищуються вимоги до якості маркетингової діяльності підприємства з позицій інформаційного забезпечення, планування, розробки та управління маркетингових заходів комунікаційної політики, стратегічного управління підприємством на основі маркетингу. У зв'язку з цим, виконання маркетингових функцій більш складного рівня та забезпечення розвитку підприємства у цілому, підґрунтям якого є розвиток маркетингової діяльності, зумовлює об'єктивну необхідність створення єдиного скоординованого маркетингового центру, департаменту маркетингу, що здійснюватиме стратегічне управління розвитком маркетингової діяльності підприємства у комплексі.

Широке коло завдань департаменту визначається його основними цілями: створення та підтримка системи маркетингового планування, маркетингового контролю; сприяння і координація маркетингових дій підрозділів по проникненню на цільові ринки, утримання позицій на цільових ринках, розширення частки ринку тощо; сприяння підрозділам компанії в створенні і підтримці обґрунтованих передумов збільшення прибутковості від продажу; участь у створенні і модифікації системи інформації для розуміння керівництва компанії ситуації на ринку; виділення конкурентних переваг компанії та створення програми щодо їх подальшого формування і підтримки; участь у вдосконаленні збутової структури і системи маркетингового управління тощо. Департамент маркетингу тісно взаємодіє з іншими підрозділами, як це показано на рис. 1.

Орієнтація підприємства у своїй діяльності на комплексну систему управління діяльністю на основі маркетингу забезпечить його правильне встановлення критеріїв вибору напрямів маркетингової стратегії та оцінки її діяльності, створить передумови для прийняття конкретних рішень у галузі маркетингу та визначення ефективності їх реалізації. У зв'язку з цим у структурі департаменту маркетингу вважається необхідним створити нові, ефективніші відділи: відділ розвитку бізнесу, який відповідав би за якісне планування, контроль, оцінку й аналіз ефективності маркетингової діяльності компанії, а також відділ комунікацій, завданнями якого мають стати кваліфікована систематизація та оптимізація інформаційної бази з розподілом по споживачах, впровадження сучасних комп'ютерних й інформаційних технологій роботи з інформацією, забезпечення якісного взаємозв'язку зі споживачами і партнерами, розробка комунікаційної стратегії.

Доцільність створення нового підрозділу департаменту маркетингу відділу розвитку бізнесу пояснюється наступними міркуваннями. В рамках запропонованої концепції розвиток підприємства забезпечується розвитком маркетингу на підприємстві. Формування відкритої соціально-економічної системи «споживач – підприємство – партнер» забезпечує не тільки появу відчутних синергетичних ефектів в процесі взаємодії елементів системи, а й зумовлює ускладнення вимог подальшого розвитку маркетингової діяльності підприємства.

У зв'язку з цим існує об'єктивна необхідність у створенні єдиного центру на підприємстві (організаційного маркетингового підрозділу), головною метою якого стане забезпечення комплексного стратегічного управління розвитком маркетингової діяльності нового якісного рівня на засадах проактивного бачення та розгляду маркетингу як філософії бізнесу.

Окрім того, наявність відділу розвитку бізнесу в структурі департаменту маркетингу промислового підприємства дозволить ефективним чином здійснювати процес реорганізації управлінських структур залежно від змін у стратегії розвитку фірми. Цей аспект має велике значення. Адже, організаційний розвиток в сучасних умовах господарювання виконує одну з провідних ролей в процесі підвищення ефективності роботи підприємства. Таким чином, основним завданням відділу розвитку бізнесу є розвиток маркетингової діяльності підприємства як соціально-економічної системи в процесі взаємодії з партнерами та споживачами на ринку, і як наслідок, розвиток підприємства у цілому.



Рис. 1. Взаємозв'язок департаменту маркетингу з іншими підрозділами

Також, слід відмітити, що реалізувати концепцію синергізму системи «споживач – підприємство – партнер», яка передбачає переведення організації управління маркетинговою діяльністю підприємства на принципи проактивного бачення: від реагування на вже невідворотні обставини до глобального мислення і стратегії випередження, можливо лише із застосуванням інтегрованих маркетингових комунікацій, що вимагає нового комплексного підходу здійснення внутрішніх зв'язків між членами колективу та зовнішніх зв'язків між підприємством, споживачами та партнерами. У зв'язку з цим вважається доцільним створення відділу комунікацій, принципова відмінність якого у порівнянні з традиційним відділом реклами полягає у здатності вирішувати комплексне завдання комунікаційної та інформаційної взаємодії. Відділ комунікацій забезпечує концептуальну узгодженість бізнес-процесів шляхом інформаційного забезпечення, дозволяє зробити процес інформаційної взаємодії не тільки автоматизованим, а й системним, безперервним. Робітники різноманітного рангу мають змогу використовувати точну, достовірну, актуальну інформацію, що забезпечує однозначне її сприйняття всіма споживачами і приводить до результативності та ефективності функціонування підприємства в умовах, що постійно змінюються. Перевагами впровадження відділу комунікацій в департаменті маркетингу є: користування єдиною системою зі збору, передачі, переробки інформації про внутрішні процеси підприємства; забезпечення якісних комунікаційних зв'язків з партнерами та споживачами, а також сприяння розвитку довготривалих та взаємовигідних партнерських відносин; систематизація та автоматизація інформаційної бази; застосування нових методів управління, заснованих на моделюванні дій спеціалістів підприємства при прийнятті рішень (методи штучного інтелекту, експертні системи і т.п.); забезпечення використання сучасних засобів телекомунікацій, глобальних і локальних обчислюваних мереж на всіх рівнях управління; забезпечення єдиним програмно-апаратним комплексом, що дозволяє задовольнити вирішувати на високу рівні поточні та майбутні потреби підприємства в опрацюванні даних з можливими функціями прогнозу та аналітичного порівняння.

З урахуванням попереднього вивчення організаційних структур та визначення ролі нових відділів департаменту маркетингу в процесі управління діяльністю підприємства та планування його стратегічного розвитку запропоновано один з можливих варіантів організаційної структури департаменту маркетингу, що має вигляд, зображений на рис. 2.



Рис. 2. Типова організаційна структура департаменту маркетингу промислового підприємства

Надана організаційна структура розроблена у відповідності із запропонованою концепцією стратегічного управління розвитком маркетингової діяльності на підприємстві має лінійно-функціональний характер та вирішує організаційну проблему здійснення комплексу функцій маркетингу на підприємстві. Доцільність формування запропонованих відділів та посадова спрямованість їх внутрішньої структури зумовлюються функціями, які виконує департамент маркетингу. Кількість працівників департаменту маркетингу може варіюватися залежно від обсягу інформації та трудомісткості робіт. У результаті опрацювання літературних джерел в роботі запропоновано поетапне створення запропонованих відділів в департаменті маркетингу на підприємстві (рис. 3).

Висновки. Організаційна структура, яка має у своєму підґрунті маркетинг як філософію бізнесу, дозволяє оперативнo й адекватно реагувати на зміни зовнішнього середовища та ефективно взаємодіяти з ним, продуктивно і доцільно використовувати ресурси підприємства, сприяти досягненню мети організації з високою ефективністю, забезпечує конкурентоспроможність підприємства та сприяє розвитку партнерських відносин. Виконання маркетингових функцій на рівні системи «споживач – підприємство – партнер» та забезпечення розвитку підприємства у цілому зумовлюють об'єктивну необхідність створення єдиного скоординованого маркетингового центру, департаменту маркетингу, що здійснюватиме стратегічне управління розвитком маркетингової діяльності підприємства у комплексі.

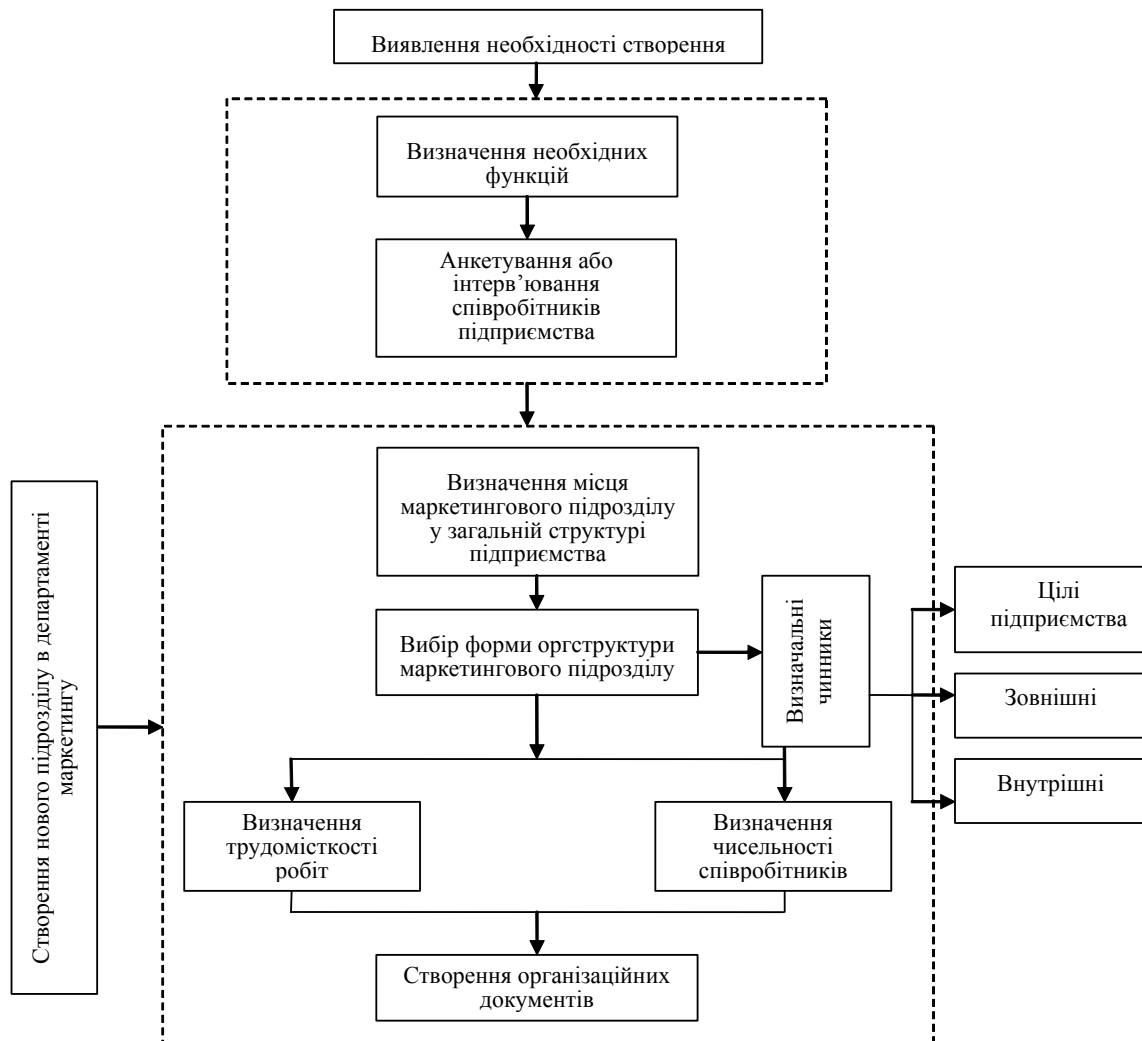


Рис. 3. Поетапне створення нового відділу в департаменті маркетингу на підприємстві

Запропоновано наступну організаційну структуру департаменту маркетингу: відділ маркетингових досліджень, відділ розвитку бізнесу, відділ комунікацій. Відділ маркетингових досліджень розробляє програми та бюджет досліджень, безпосередньо проводить маркетингові дослідження, займається аналізом та систематизацією маркетингової інформації. Основними завданнями відділу розвитку бізнесу є розвиток маркетингової діяльності підприємства як соціально-економічної системи в процесі взаємодії з партнерами та споживачами, якісне планування, контроль, оцінка й аналіз ефективності маркетингової діяльності підприємства. Відділ комунікацій забезпечує концептуальну узгодженість бізнес-процесів шляхом інформаційного забезпечення.

Література

1. Клейнер Г. Б. Предприятие в нестабильной экономической среде: риски, стратегии, безопасность / Клейнер Г. Б., Тамбовцев В. Л., Качалов Р. М. – М. : Экономика, 1997. – 288 с.
2. Організаційні структури управління маркетингом на виробничих підприємствах / В.М. Шумейко // Маркетинг в Україні. – 2009. – № 1. – С. 46–48.
3. Герчикова И. Н. Маркетинг: организация, технология / И. Н. Герчикова ; МГИМО МИД СССР, Школа международного бизнеса. – М. : Школа международного бизнеса МГИМО, 1990. – 81 с.
4. Сердюк О. Д. Теорія та практика менеджменту / Сердюк О. Д. – К. : Професіонал, 2004. – 432 с.

Надійшла 13.04.2011

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕОРІЇ І ПРАКТИКИ

УДК 331

О. О. ВОЛОШАНОВСЬКА

Хмельницька районна рада

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РЕФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ПЕНСІЙНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ

Розвиток соціальної сфери та всієї соціальної політики нашої держави відбувається зі значними труднощами. Україна є однією з небагатьох країн із перехідною економікою, яка не провела масштабної пенсійної реформи, хоча потреба її здійснення назріла вже дуже давно.

Development of social sphere and all social policy of our state takes place with considerable difficulties. Ukraine is one of not many countries with a transitional economy which did not conduct scale pension reform, although the necessity of its realization came to a head already in year one.

Ключові слова: пенсійна система, пенсійне страхування, пенсійна реформа.

Вступ

Основним показником ефективності економічної та соціальної політики держави є високий рівень життя населення. Для порівняння рівня життя можна використати декілька показників, однак всі вони свідчать про невисокий рівень добробуту у нашій країні. Так, за рейтингом глобального добробуту дослідницького інституту Legatum Institute у 2008 р. Україна опинилася на 68 місці серед 104 країн світу. Із європейських країн нижче опинилися лише Білорусь (78) та Молдова (83) [1, с. 212]. Найважливішим джерелом підвищення рівня добробуту в Україні має стати зростання заробітної плати та завершення реформи пенсійної системи.

Основний розділ

За період державної незалежності, а особливо останнім часом, вітчизняна наука приділяла суттєву увагу питанням пенсійного страхування та вирішенню проблем реформування пенсійної системи. Проблеми пенсійного забезпечення населення України, зокрема в аспекті погіршення демографічної структури населення та її впливу на соціальне забезпечення досліджують багато вчених, зокрема Е. Лібанова, В. Яценко, О. Макарова, О. Позняк, Г. Старенко, І. Рябов, В. Шишкін та інші. Однак, і сьогодні проблеми державного управління процесом реформування пенсійної системи в Україні продовжують залишатися актуальними та потребують подальших досліджень.

Найпершим чинником, який потрібно брати до уваги під час розгляду проблеми реформування пенсійної системи, є демографічна ситуація. Зараз в Україні близько 14 млн пенсіонерів. І хоча ця цифра залишається стабільною впродовж останніх 15 років, однак, зважаючи на зменшення чисельності населення, частка пенсіонерів стрімко зростає. Якщо у 1959 р. особи старші 60 років становили всього 10 % населення, то у 2001 р. цей показник збільшився до 21 %, а в 2050 р., за прогнозами Інституту демографії і соціальних досліджень НАН України, досягне 32 %. Уже тепер, за даними Інституту демографії, на 100 платників пенсійних внесків припадає 86,2 пенсіонера, а в 2026 р. їхня чисельність зрівняється [1, с. 214]. У 2050 р. на 100 працівників припадатиме 142 пенсіонера [2, с.79].

Ще однією важливою причиною нагальної потреби реформування пенсійної системи є стрімке зростання видатків Пенсійного фонду України у відсотках до ВВП. Так, у 2003 році на пенсії було спрямовано 9,2% ВВП, у 2004 р. – 11,4 %, у 2005 р. пенсійні видатки становили 15,3 % ВВП [2, с.79], у 2009 році – 18,0% ВВП [3].

Старіння населення та стрімке зростання видатків Пенсійного фонду призводять до значних проблем для пенсійної системи України. Україна відстає від країн пострадянського простору у проведенні пенсійних реформ і створенні адекватної до ринкових умов системи соціального захисту громадян, які втратили працездатність. З початку національної пенсійної реформи в 2004 р. більшість проблем залишаються невирішеними, а саме:

- Зберігається низький розмір пенсій переважної більшості пенсіонерів і нерівні умови пенсійного забезпечення. Пенсія 55% пенсіонерів не перевищує 800 грн, а їх частка в загальній сумі видатків на виплату пенсій складає усього 38 %. Разом з тим 12 % пенсіонерів з порівняно високими пенсіями (понад 1500 грн) одержують 28 % від загального обсягу місячних видатків на виплату пенсій. Тільки 3,2 тис. пенсіонерів одержують дійсно високі пенсії (понад 10000 грн), з них третину складають особи, які мають видатні заслуги перед Батьківщиною (Герої України) [3]; не секрет, що пенсії окремих депутатів та колишніх членів уряду сягають 20 тисяч грн [4].

- Пенсійні видатки зростають випереджальними темпами порівняно з можливостями економіки щодо їх забезпечення: питома вага пенсійних видатків у ВВП в Україні – одна з найвищих у світі й має тенденцію до збільшення. У кризовому 2009 р. цей показник досяг 18,0 % ВВП, при цьому трансферти з держбюджету склали майже 40 % доходів Пенсійного фонду, тоді як середній рівень державних видатків на пенсії в країнах Організації економічного співтовариства та розвитку у 2005 році становив 7% від ВВП.

Високі пенсійні зобов'язання відволікають ресурси економіки від цілей розвитку, ставлять під загрозу виконання державою своїх функцій [3].

- Фактична кількість платників внесків є набагато меншою, ніж кількість працездатних, а кількість пенсіонерів – більшою, ніж кількість осіб у непрацездатному віці. У 2009 році на 100 осіб, які сплачували пенсійні внески, припадало 88 осіб, які отримували пенсію [5, с.8]. Вже нині на 10 осіб працездатного віку припадає 4 особи пенсійного віку. Ця ситуація ускладнюється поширенням неформальної зайнятості, внаслідок чого лише 75% загальної кількості зайнятого населення сплачують пенсійні внески [6, с.18].

В основі згаданих вище проблем є такі ключові причини:

- Пенсійний вік жінок на 5 років нижчий, ніж у чоловіків, що є однією з причин низького розміру їхніх пенсій, а також суперечить гендерній рівності з трудових і соціальних прав; Україна має найменший пенсійний вік у світі: 60 років – для чоловіків та 55 – для жінок. Українські жінки на пенсії перебувають у середньому 25 років, в той же час британки – 23 роки, німкені – 21, польки – 22, американки – 18. У країнах ОЕСР мінімальний стандарт пенсійного віку для чоловіків і жінок уже є або незабаром буде 25 років. У процесі збільшення пенсійного віку перебувають Австрія, Німеччина, Угорщина, Італія, Японія, Корея, Португалія, Туреччина, Великобританія. Причому в Данії, Німеччині, Норвегії, Великобританії та США пенсійний вік становитиме 67 і більше років [5, с.8]; розмір пенсії жінок становить лише 57% від пенсії чоловіків [7, с.207].

- Численні пенсійні пільги за професійною й соціальною ознаками ставлять під сумнів справедливість пенсійної системи.

- Низький рівень залучення населення до пенсійного страхування: внески сплачують тільки 3/4 зайнятих або понад половини населення працездатного віку. Внаслідок високого рівня тінізації зайнятості й доходів майже третина застрахованих осіб сплачує пенсійні внески із зарплати, що не перевищує мінімальну [3]. Багато говориться про необхідність залучення в українську економіку інвестицій із-за кордону. Але ж, приймаючи рішення про розміщення своїх коштів, кожен підприємець, за інших однакових умов, порівнює величину пенсійних внесків — 33,2% фонду оплати праці в нашій країні зі, скажімо, 16% — у Польщі, 19,5% — у Чеській Республіці чи 8,75% — у Хорватії. Наймані працівники вважають, що їх несправедливо обдирають, оскільки сьогодні — через високі пенсійні відрахування — їм платять маленьку зарплату, а завтра, попри ці високі відрахування, платитимуть маленьку пенсію [8].

- Недостатня диверсифікованість механізмів пенсійного забезпечення. В Україні повною мірою функціонує лише солідарний рівень пенсійного страхування, тоді як впровадження II рівня (обов'язкової накопичувальної системи) постійно відкладається, розвиток добровільного пенсійного забезпечення обмежується нерозвиненістю фондового ринку, низьким рівнем доходів і недовірою населення до фінансових інститутів.

Говорячи про діючу пенсійну систему нашої країни, слід насамперед підкреслити її соціальну несправедливість і фінансову вразливість. Навіть, якщо вдасться мінімізувати безробіття, тобто знизити його з нинішніх 12% (за методологією Міжнародної організації праці) до близьких до природної норми 4–5%, а також практично викоринити всі наявні пільги і забезпечити дуже високий рівень сплати пенсійних внесків, без підвищення пенсійного віку кардинально поліпшити ситуацію в рамках лише солідарної системи не видається можливим [8]. Солідарна система дуже уразлива з погляду зростання навантаження на платників внесків, а тому в далекосяжній перспективі фінансово нестійка, тому неминуче доведеться обирати між підвищенням ставок пенсійних внесків, зниженням пенсій, рецидивами заборгованості з їх виплати чи скороченням непенсійних витрат бюджету (на освіту, охорону здоров'я тощо).

З цією проблемою зіткнулися практично всі країни світу, і обумовлена вона спільною причиною — старінням населення через різке зниження народжуваності 40–50 років тому. Окрім вже згаданого підвищення пенсійного віку, запроваджуються інші системи пенсійного забезпечення, яким властиві інші ризики. Йдеться про побудову багаторівневої системи пенсійного забезпечення, що складається з трьох компонентів: солідарного, обов'язкового накопичувального і додаткового, або добровільного накопичувального [8].

Варто зазначити, що внески до пенсійної системи в усіх країнах роблять приблизно порівну роботодавці і наймані працівники. Перехід до такої паритетної сплати, як свідчить досвід Польщі, дає яскраво виражений соціальний ефект. Коли внески практично повністю сплачує роботодавець (із сьогоднішньої найпоширенішої в Україні ставки в 35,5% наймані працівники сплачує лише 2%), застраховані погано уявляють зв'язок їхніх власних відрахувань із майбутньою пенсією [8].

Оскільки накопичувальна система — і другий, і третій рівні — існує лише за рахунок перерозподілу споживання протягом життя однієї й тієї ж людини і в принципі не припускає перерозподілу від одних людей до інших, автоматично розв'язуються практично всі проблеми, обумовлені соціальною несправедливістю. Суми, накопичені на індивідуальних пенсійних рахунках, є власністю застрахованих і в разі передчасної смерті успадковуються в чинному порядку, а не залишаються у спільному «казанні». Немає і не може бути жодних обмежень максимальної величини пенсій — скільки відклав, стільки й одержав, а також фінансування пільг, наданих одним прошарком суспільства за рахунок інших, — усі професійні пільги оплачують відповідні професійні пенсійні фонди. Оскільки значну частину коштів у такі фонди

вносить роботодавець, у нього з'являються серйозні стимули впроваджувати нові технології, що дозволяють значно скоротити застосування робочої сили у шкідливих для здоров'я умовах, чим, власне, і мотивується призначення дострокових пенсій.

Якщо багаторівневу систему буде створено і вона нормально запрацює, це дозволить нарешті покласти край такому ганебному явищу, як бідність старих, які все життя чесно створювали національне багатство. Істотного підвищення доходів пенсіонерів і працюючих у рамках солідарної системи досягти неможливо — у кращому разі, можна розраховувати на пенсію у розмірі 38—40% заробітку. Ще 25—30% можуть бути забезпечені виключно шляхом накопичення коштів на індивідуальних рахунках, їх інвестування й отримання відповідного інвестиційного доходу [8].

Висновки

Отже, метою реформи пенсійної системи є посилення соціального захисту осіб, які втратили працездатність, забезпечення гідного рівня їх життя в результаті стійкого розвитку пенсійної системи.

Для цього необхідно вирішити такі завдання:

- стабілізувати солідарну пенсійну систему;
- запровадити загальнообов'язкове накопичувальне страхування і розвивати добровільне накопичувальне пенсійне страхування;
- поліпшити адміністрування пенсійної системи.

Для стабілізації солідарної пенсійної системи необхідно здійснити наступне:

- Підвищити мінімальну тривалість страхового стажу для одержання пенсії за віком з поточних 5 до 15 років, що і передбачено проектом Закону України «Про заходи щодо законодавчого забезпечення реформування пенсійної системи» [9].

- Вирівняти пенсійний вік для жінок і чоловіків (поступово з кроком 0,5 року протягом 10 років).

- Наблизити пенсійний вік до європейських стандартів (65 років) для учасників II рівня пенсійної системи (особи, яким у момент запровадження накопичувального року виповниться не більше 35 років) [10, с.14-15]. Підвищення пенсійного віку планується здійснювати двома шляхами. Перший — це поступове вирівнювання пенсійного віку жінок і чоловіків Другий напрямок пенсійної реформи стосується тих, хто увійде в другий рівень накопичувальної пенсійної системи на дату впровадження 2-го рівня (до кінця 2012 року). Ці громадяни виходитимуть на пенсію у 65 років [10, ст.37]. Слід сказати, що запровадження другого рівня у 2012 році є досить сумнівним, оскільки проектом Закону України «Про заходи щодо законодавчого забезпечення реформування пенсійної системи» передбачено, що перерахування страхових внесків до Накопичувального пенсійного фонду запроваджуватиметься, починаючи з року, в якому буде забезпечено бездефіцитність бюджету Пенсійного фонду [9].

- Стимулювати більш пізній вихід на пенсію шляхом підвищення нормативної тривалості стажу з 20/25 років до 30/35 років з одночасним збільшенням коефіцієнта обліку кожного року наднормативного стажу або кожного року відтермінування виходу на пенсію.

- Звільнити солідарну систему від невластивих для неї виплат (дострокові й пільгові пенсії).

- Обмежити максимальний розмір пенсій, що виплачуються з солідарної системи й/або за рахунок коштів державного бюджету.

- Здійснювати виплату пенсій за віком для всіх пенсіонерів, які працюють, у розмірах, визначених Законом про обов'язкове пенсійне страхування.

- Поступово перерозподіляти частку внеску на пенсійне страхування від роботодавця до працівника;

- Визначити умови участі самозайнятих осіб у соціальному страхуванні, відокремлення внеску на соціальне страхування від єдиного податку.

- Створити рівні умови індексації пенсій незалежно від закону, за яким призначена пенсія.

- Скорочення пільг щодо дострокового виходу на пенсію й зі сплати внесків.

Для введення й розвитку накопичувальних складових пенсійної системи необхідні:

- уточнення умов запровадження II рівня (у т.ч. розміру внеску, оцінювання величини одного року стажу в солідарній системі для учасників дворівневої системи тощо);

- передання Пенсійному фонду України функцій збирання й адміністрування коштів II рівня пенсійної системи, введення системи єдиних пенсійних рахунків;

- забезпечення можливості залучення приватних компаній для управління активами й спрямування внесків II рівня до недержавних пенсійних фондів за бажанням і вибором застрахованих осіб;

- забезпечення виплат дострокових (підвищених) пенсій для особливих категорій професій, пов'язаних з ризиком для життя, за рахунок запровадження корпоративних (професійних) пенсійних схем;

- диверсифікованість схем приватного недержавного пенсійного страхування.

У 2012–2014 роках планується забезпечити розвиток недержавного пенсійного забезпечення. Окрім змін у солідарній системі, протягом 2012–2014 років мають бути завершені підготовчі заходи із запровадження обов'язкової накопичувальної системи пенсійного страхування, тобто введення II рівня. З початку запровадження II рівня пенсійної системи застрахована особа зможе самостійно обирати недержавні пенсійні фонди для сплати страхових внесків, збір яких здійснюватиме Пенсійний фонд. Щоб накопичені кошти надійно зберігалися, були захищені від ризиків і успішно інвестувалися, буде удосконалено

законодавство з питань недержавного пенсійного забезпечення з урахуванням світового досвіду.

Отже, подальше реформування системи пенсійного страхування, спираючись на вже досягнуті результати, повинно бути сконцентроване на формуванні цілісної системи напрямів, форм і методів пенсійного страхування та усунення суперечностей, які виникли на попередньому етапі. Внаслідок цього повинні досягатися основні цілі соціальної політики та створюватися єдність економічних та соціальних умов для забезпечення як соціальної стабільності, так і розвитку національної економіки.

Саме тому у 2010 році Комітет з економічних реформ при Президентові України схвалив Програму економічних реформ на 2010–2014 рр., в якій окремий розділ присвячений реформі системи пенсійного страхування. Крім того, з метою комплексного реформування пенсійної системи України, у 2010 році Кабінетом Міністрів України розроблено проект Закону України «Про заходи щодо законодавчого забезпечення реформування пенсійної системи» №7455 та у грудні 2010 року даний проект винесено на обговорення громадськості. Планується, що у квітні-травні 2011 року, врахувавши зауваження громадськості, у тому числі зауваження фахівців Пенсійного фонду України, даний проект буде винесено на розгляд Верховної Ради України.

Література

1. Науковий вісник НЛТУ України : збірник науково-техн. праць. – К., 2009. – Вип. 19.7. – 219 с.
2. Створення фінансового простору для економічного зростання: огляд державних фінансів України : звіт № 36671 / Світовий банк. – 2006. – 185 с.
3. Програма економічних реформ України на 2010-2014 роки «Заможне суспільство, конкурентноспроможна економіка, ефективна держава» // Вісник Пенсійного фонду України. – К., 2010. – № 6.
4. Цирфа Г. Пенсійна система сьогодні і завтра / Г. Цирфа // Дзеркало тижня. – 2008. – № 1.
5. Свенчіцкі М. Виправлення пенсійної системи / М. Свенчіцкі // Дзеркало тижня. – 2010. – № 17.
6. Біліна О. Для стабільності реформи / О. Біліна // Вісник Пенсійного фонду України. – К., 2010. – № 7.
7. Україна в 2005–2009 роках: стратегічні оцінки суспільно-політичного та соціально-економічного розвитку : [моногр. / за заг. ред. Ю.Г. Рубана]. – К. : НІСД, 2009. – 756 с.
8. Лібанова Е. Чи потрібна Україні пенсійна реформа: спроба неополітизованого аналізу / Е. Лібанова // Дзеркало тижня. – 07.09.2010.
9. Про заходи щодо законодавчого забезпечення реформування пенсійної системи [Електронний ресурс] : проект Закону України № 7455. – Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>
10. Гузик Т. Пенсійна реформа сьогодні: від А до Я / Т. Гузик // Вісник Пенсійного фонду України. – К., 2010. – № 5.

Надійшла 16.04.2011

УДК 380.22

О. Л. ДАНИК

Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля
Краснодонський факультет інженерії та менеджменту

АКТИВІЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ ПЕРСПЕКТИВНИХ НАПРЯМКІВ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

У статті виявлені особливості інтеграції промислового потенціалу України в систему світового господарства, а також наданий теоретичний аналіз механізму реалізації процесів формування перспективних напрямків розвитку зовнішньоекономічних зв'язків.

We can find in this clause the features of integration of industrial potential of Ukraine in system of a global economy, and also given theoretical analysis of the mechanism of realization of processes of formation of perspective directions of development of foreign economic relations.

Ключові слова: ринкова економіка, промисловий потенціал, інтеграція, трансформація, інтернаціоналізація світової економіки, глобалізація, інтенсифікація, міжнародний маркетинг.

Вступ. Процес формування промислового потенціалу України і діалектика його взаємодії із системою світового господарства є нагальною проблемою сьогодення, яка є предметом обговорювання на різних рівнях та в різноманітних сферах світового суспільства. За таких обставини неабиякого значення набуває дослідження проблеми активізації процесу формування перспективних напрямків розвитку промислового потенціалу України в умовах ринкової економіки, вирішення якої потребує наукових узагальнень, синтезу існуючих теорій і концепцій та їх адаптації до потреб і реалій економіки України. Дана

проблема визначила тему нашого дослідження, актуальність якої обумовлена зростаючою інтернаціоналізацією світової економіки, її глобалізацією і необхідністю для України знайти в нових економічних, політичних та історичних умовах своє місце (адекватне її можливостям і потребам) на сучасному світовому ринку праці, котрий, в свою чергу, діалектично взаємозалежний з процесом інтернаціоналізації, зовнішньоекономічною діяльністю та господарським життям самої держави.

Актуальність нашого дослідження також пов'язано не тільки з аналізом передумов, принципів та особливостей господарської взаємодії України з промислово розвитими країнами, із країнами СНД і державами Центральної і Східної Європи, а й з вибором пріоритетів цього співробітництва, виходячи не з політичних, а з економічних розумінь, оскільки головною з найбільш істотних характеристик сучасного розвитку країн світової співдружності є всебічний процес інтеграції. Нинішня ситуація на світовому ринку характеризується глобальною трансформацією усіх країн світу до нового якісного стану, нового типу цивілізації третього тисячоліття.

Мета дослідження полягає у виявленні особливостей інтеграції промислового потенціалу України в систему світового господарства, а також аналізі процесів формування й обґрунтування перспективних напрямків розвитку механізму реалізації зовнішньоекономічних зв'язків України.

Основний розділ. Об'єктивна необхідність сучасності вимагає поступового, але неухильного приєднання економіки України до системи міжнародного поділу праці (МПП), світових інтеграційних процесів, а для цього треба враховувати усі вихідні, визначальні умови, що складаються у світовій економічній системі.

З погляду теоретичного аспекту вивчення проблеми інтеграції промислового потенціалу ми вважаємо, що Україна має істотні можливості активізувати процес включення держави в систему світового господарства. Цьому процесу, на нашу думку, сприяє цілий ряд факторів, а саме: вигідне географічне розташування країни, наявність корисних копалин, значний науково-технічний потенціал, велика кількість достатньо розвитих галузей промисловості і сільського господарства, наявність кваліфікованих трудових ресурсів тощо. Тому розширення і поглиблення господарських зв'язків України у системі світового господарства на основі більш повного, раціонального й ефективного використання наявних ресурсів і потенційних можливостей є не тільки необхідністю, але й стратегією за умови проведення далекоглядної економічної політики як зовнішньої, так і внутрішньої.

Проблеми інтеграції національного господарства в систему міжнародних економічних відносин, у тому числі національного промислового потенціалу України, знайшли визначене висвітлення в економічній літературі і треба зазначити, що останнім часом питання участі країни в міжнародному поділі праці викликає істотний інтерес не тільки у фахівців в галузі економіки, але й в суспільстві взагалі.

Теоретичну і методологічну основу дослідження склали наукові праці вчених українських і закордонних фахівців, таких як Филипенко А.С., Будкіна В.С., Гальчинського А.З., Задій А.А., Коллонтай В.М., Лигая К.М., Мануковського А.В., Румянцева А.П., Мочерного С.В., Покритана А.К., Черняка В.К., Шевченко В.Ю., праці Ширяєва Ю.З., Шмельова Н.П., Хасбулатова Р.І., а також А. Сміта, Д. Рікардо, М. Портеру й інших дослідників, у трудах яких досліджуються процеси міжнародних економічних відносин, а також питання економічної інтеграції і взаємодії країн у системі світового господарства.

Аналізуючи роботи вчених і фахівців в області економіки, у своєму дослідженні ми використовували діалектичний принцип системності [9], при якому аналізований об'єкт розглядається як визначена безліч елементів, взаємозв'язок яких обумовлює цілісність якості цієї безлічі. При цьому особлива увага приділялася виявленню різних взаємозв'язків як усередині об'єкта, так і в його взаємодії з зовнішнім оточенням, і, нарешті, із системою в цілому. Таким чином, основою системного підходу дослідження даної проблеми є діалектичний метод [6]. З метою успішного здійснення аналізу перспективних напрямків розвитку національного промислового потенціалу і перспективних напрямків розвитку механізму реалізації зовнішньоекономічних зв'язків України у світовій економіці необхідно розв'язати наступні задачі:

- Провести аналіз промислового потенціалу України на сучасному етапі його розвитку.
- Визначити перспективні напрямки розвитку національного промислового потенціалу України у світовій економіці.
- Розробити шляхи удосконалення механізму господарської взаємодії потенціалу України з країнами світового господарства.
- Конкретизувати форми і методи господарської взаємодії національної економіки із системою світової економіки.

Отже, дослідження економічних проблем інтеграції промислового потенціалу України у світове господарство вимагає поглиблення теоретичної розробки, наукового аналізу проблем, пов'язаних з усіма напрямками розвитку міжнародних економічних зв'язків, котрі на сучасному етапі поглиблюють світовий процес міжнародного поділу праці, у підґрунтя якого закладено істотні зміни в розвитку продуктивних сил, викликані науково-технічною революцією і посиленням процесів інтернаціоналізації та інтеграції науки, виробництва і глобалізації світового економічного простору. Саме у таких умовах все більш зростає вплив світового господарства (міжнародного, економічного, політичного та соціального співробітництва) на розвиток національного господарства, і, насамперед, на ефективність функціонування промислового

потенціалу України. Разом з цим слід зазначити, що відносна ізолюваність України від участі у вирішенні глобальних процесів соціально-економічного світового простору є одним зі стримуючих факторів розвитку національної економіки і тому актуальність теми дослідження визначається ще й тим, що на даний час перед країною стоїть першочергове завдання: якомога активніше використати перевагу зовнішньоекономічних зв'язків для подальшого розвитку національної економіки та послідовного включення народного господарства країни в систему міжнародних економічних відносин.

У результаті дослідження були виявлені і теоретично обгрунтовані структурні особливості і передумови формування економіки України в період переходу до ринкових відносин; вивчені її потенційні можливості як рівноправного партнера в системі економічних зв'язків, що, на нашу думку, надалі надасть можливість провести глибокий аналіз ефективності промислового потенціалу України і сутність механізму включення її в систему світового господарства.

На даний час у нашій країні спостерігається зростання економіки і кожне підприємство, виходячи на ринок зі своєю продукцією, прагне зміцнити свої позиції в галузі, представником якої він є. Відповідно зміцнюючи позиції на внутрішньому ринку, багато підприємств виходять з продукцією на зарубіжні ринки.

Отже, для виходу на міжнародний ринок керівникам підприємств слід проаналізувати сприятливі та несприятливі фактори, спрогнозувати можливі витрати на організацію просування товарів та можливий прибуток від діяльності. Для цього можуть використовуватися засоби міжнародного маркетингу. Міжнародний маркетинг – це система заходів, що здійснюються підприємством на зарубіжних ринках, з вивчення, формування та задоволенню попиту на пропоновані товари для ефективного досягнення своєї власної мети, тобто отримання максимального прибутку. Для виходу України з сучасної економічної кризи, подолання спаду виробництва та для покращення якості життя українців життєво важливим є надходження іноземних інвестицій. Але при цьому необхідно пам'ятати, що інтереси українських підприємств, з одного боку, та інтереси іноземних інвесторів, з іншого боку, не співпадають, оскільки Українські підприємства зацікавлені у відновленні свого виробничого потенціалу та засвоєнні західної культури управління. Звичайно ж зрозуміло, що іноземні інвестори зацікавлені в отриманні прибутків за рахунок великого внутрішнього ринку України, кваліфікованої та дешевої робочої сили та інше. Тому треба вирішувати цю задачу (заохочувати інвесторів вкладати кошти в українські підприємства) за допомогою створення сприятливого інвестиційного клімату.

Завжди вважалось, що активізація інноваційного розвитку промислових підприємств у більшості залежить від пріоритетного напрямку державної політики. Україна ж тепер стала на інноваційний шлях розвитку економіки. На користь цього свідчить велика кількість заходів, прийнятих на державному рівні, зокрема, прийняття в новій редакції Закону України "Про наукову і науково-технічну діяльність" [1]; Концепції науково-технологічного та інноваційного розвитку України [2]; Закону України "Про інноваційну діяльність" [3]; Закону України "Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні" [4]; Стратегії економічного і соціального розвитку України (2004–2015 рр.) "Шляхом Європейської інтеграції", яка передбачає підвищення конкурентоспроможності економіки на основі структурно-інноваційної моделі економічного зростання, а також інтенсивного технічного та технологічного оновлення виробництва [5]. Отже, для виходу на міжнародний ринок підприємство повинно проаналізувати сприятливі та несприятливі фактори, спрогнозувати можливі витрати на організацію просування товарів та можливий прибуток від зовнішньоекономічної діяльності.

Україна – незалежна держава, але її потенціал (природний, промисловий, інтелектуальний, трудовий) поки що не використовується з належною ефективністю і, на нашу думку, саме зміна зовнішньоекономічної ситуації в економіці в цілому створюють необхідність і основу для інтенсифікації господарських зв'язків України з іноземними державами. Це викликано насамперед необхідністю підвищення продуктивності праці й ефективності використання трудових і матеріальних ресурсів; підвищення якості виробленої продукції, а також усунення кризової ситуації в країні. Тому проблема інтеграції промислово-економічного потенціалу України в систему світового господарства є однією з головних, рішення якої буде всебічно сприяти підвищенню не тільки зростання промислового виробництва, але й соціально-економічній стабільності держави в цілому, оскільки процес формування й удосконалення галузевої структури країни проходить постійно під впливом активного удосконалювання науково-технічного прогресу, що поглиблюється як у світовому, так і в державному масштабі [13]. Необхідно зазначити, що з такими категоріями, як інтелект, поділ праці, спеціалізація і кооперування, концентрація, комбінування категорія "промисловий потенціал" пов'язана безпосередньо і поряд з вищезгаданими категоріями "промисловий потенціал", його раціональне (оптимальне) використання являє собою надзвичайно важливий соціально-економічний фактор прогресу економіки держави і продуктивних сил в цілому [12].

Промисловий потенціал являє собою сукупну можливість галузей промисловості виробляти необхідну продукцію як у границях країни, так і в рамках усієї системи світового господарства. Промисловий потенціал визначається розмірами і якістю виробничих фондів, як основних, так і оборотних, природними ресурсами, які є складовою економічного обороту, а також трудовими ресурсами сфери матеріального виробництва. Промисловий потенціал – це та частина засобів виробництва, що

характеризується сучасною індустріальною структурою, тобто багатогалузевою промисловістю; це вартісна і натурально-матеріальна характеристика економічної міцності держави, що висвітлюється в здатності промислового апарату виробляти продукцію визначеного складу, технічного рівня та якості в максимальному обсязі [12].

Міжнародні економічні відносини – це відносини, що діють і розвиваються під впливом і внаслідок зіткнення інтересів суб'єктів (країн) таким чином, що дія економічних законів у міжнародному економічному просторі сприяє розвитку суб'єктів при правильному і повному усвідомленні останніми своїх національних економічних інтересів і відповідній політиці як усередині країни, так і на міжнародній арені [12]. Більш того, у зіткненні економічних інтересів суб'єктів, у більш повній і оперативній їхній реалізації фактично виявляється (здійснюється) рух міжнародних виробничих відносин, але при цьому розбіжність національно-державного й інтернаціонального рівня інтересів та неповне їхнє узгодження породжує об'єктивні причини існуючих і виникаючих протиріч в економічній сфері і тільки поступове усунення протиріч має сприяти вирішенню національних і інтернаціональних господарських задач [11].

Національний народногосподарський комплекс є структурним елементом системи світового господарства та її якості і варто зазначити, що закономірності його розвитку багато в чому визначаються якостями системи, оскільки національний народногосподарський комплекс певним чином залежить від інших суб'єктів (країн), що входять у систему. У свою чергу, він також здійснює значний вплив не тільки на розвиток міжнародних економічних відносин, а й на всю систему ("міжнародні економічні відносини – світова економіка") у цілому [7]. Оскільки ядром національного народногосподарського комплексу є промисловий потенціал [12], то його стан і розвиток визначаються як внутрішніми факторами, так і ступенем співробітництва держави з закордонними країнами і, відповідно, ступенем включення в систему світового господарства. При цьому слід зазначити, що механізм включення національного промислового потенціалу в систему світового господарства діалектично взаємозалежний з формуванням і розвитком міжнародних економічних відносин. Діалектика цього взаємозв'язку полягає в наступному.

У рамках світового господарства національні виробничі відносини і продуктивні сили виступають як визначальні стосовно системи світового господарства. Разом з тим, розвиток світової економіки як системи залежить багато в чому і від ряду інших факторів. Але головний імпульс функціонуванню міжнародних економічних відносин і світової економіки в цілому дають внутрішні джерела їхнього розвитку, а саме: національні економіки країн, що обумовлюють і конкретні напрямки дії системи міжнародних економічних відносин [11]. Тобто у цілому сутність розглянутого механізму може бути визначена як сукупність принципів, методів і форм, за допомогою яких регулюється, з одного боку, суспільне виробництво окремих країн, а з іншого боку, широко розгалужена і постійно функціонуюча мережа господарських зв'язків між країнами і їх суб'єктами, що хазяюють. По функціональним ознакам можна виділити наступні блоки форми і методи, що використовуються в системі господарської взаємодії суб'єктів, а саме: програмно-координаційна, товарно-грошова, організаційно-економічні і правові [8].

Аналізуючи стан економічного потенціалу України на сучасному етапі ми дійшли висновку, що основна частина промислового виробництва імпортується з країн СНД, насамперед з Росії. При незмінній структурі споживання чітко визначилися галузі з високою імпортною залежністю, що вимагають підтримки зовнішніх постачань на досягнутому рівні. Це кольорова металургія, нафтогазова, легка, хімічна і нафтохімічна промисловість, машинобудування і металообробка, тобто основні галузі національної промисловості. У зв'язку з цим, для підвищення ефективності всього промислового потенціалу необхідно, на наш погляд, виключити або зм'якшити вплив зазначених галузей, що лімітує. Цього можна досягти за допомогою заходів для удосконалення технологічної структури виробництва з орієнтацією на внутрішню продукцію, прискореному розвитку галузей, що лімітують, а також зміни структури споживання їхньої продукції на користь міжгалузевого споживання [15]. На нашу думку важливу роль могли б зіграти заходи, спрямовані на енерго- і матеріалосбереження. У такий спосіб можна було б забезпечити безперебійне функціонування даних галузей, що є однією з необхідних умов стабільного розвитку економіки в умовах економічної кризи [14].

Одним з можливих шляхів поліпшення кризової ситуації є активізація зовнішньоекономічної діяльності держави, однак тут виникає інша проблема: для посилення взаємодії національного промислового потенціалу України з закордонними країнами необхідні істотні зміни в системі його функціонування, особливо в базових галузях і одним з важливих кроків є поліпшення використання експортних можливостей, а також використання механізму включення національного промислового потенціалу в систему світового господарства [11]. Вирішальне значення при цьому здобувають саме ті форми співробітництва, що найбільшою мірою відповідають сучасним вимогам, прискорюють формування прогресивних народногосподарських пропорцій як у рамках однієї країни, так і в інтернаціональному масштабі [10].

Теорія і практика міжнародної економічної інтеграції в цьому питанні вимагає близьких рівнів економічного розвитку, наявних традицій економічного співробітництва, спільності границь, спільності інтересів на міжнародній арені від країн, що співробітничують. Найбільш близьким і перспективним партнером для незалежної України може бути, насамперед, Росія, у той час як західноєвропейські країни поки мають занадто високі бар'єри для рівноправного партнерства і співробітництва з Україною. Україна і

Росія мають потребу в спільній економічній діяльності, тому що розірвані коопераційні зв'язки в однаковій мірі нанесли цим країнам економічні збитки і тільки відновлення цих зв'язків могло б для обох держав прискорити вихід із кризи. Що ж стосується форм співробітництва, то для двох незалежних країн цілком реально створити взаємно прийнятний механізм співробітництва на основах рівноправності, неутрачання й інших принципів ООН. Подібне співробітництво позитивно вплинуло б на всі стадії науково-технічної і виробничої діяльності України і дало б можливість більш ефективно використовувати трудові, природні, матеріальні і грошові ресурси, що дозволило б не тільки збільшити обсяг виробництва, але й безпосередньо впливати на місце і роль незалежної України в системі світового господарства.

Україна має також визначені традиції економічного співробітництва з країнами Центральної і Східної Європи. З погляду сучасності ці традиції, звичайно, вимагають коректування та більш повного використання економічних законів, насамперед закону вартості, врахування економічних інтересів партнерів і позитивного досвіду, що був накопичений за часи співробітництва держав при соціалізмі, але для вирішення цього питання необхідна серйозна технічна модернізація, що припускає широке використання зовнішньоекономічних ресурсів і організацію спільних підприємств з метою залучення новітніх технологій. При цьому необхідно виробити гнучку й ефективну торговельну політику, що сприяла б як захисту національних виробників та створенню умов для вільної ринкової конкуренції.

Важливим фактором включення промислового потенціалу України в систему світового господарства є формування відкритості економіки країни і відповідної законодавчої, податкової та митної бази. При цьому іноземний досвід, який теж може бути використаний, необхідно адаптувати до умов, що склалися в Україні за період існування держави в статусі незалежної [11].

Важливим у цьому змісті представляється проведення завбачливої інвестиційної політики, оскільки в майбутньому розвиток інвестиційної ситуації у вирішальному ступені будуть визначати нові механізми стимулювання капітальних вкладень. Важливу роль тут грає розвиток підприємництва на Україні, у тому числі його роль у зовнішньоекономічній сфері діяльності, завдяки розвитку якої в державі можливе вирішення багатьох істотних економічних і соціальних проблем [14].

У результаті дослідження були виявлені і теоретично обґрунтовані структурні особливості і передумови формування економіки України в період переходу до ринкових відносин; вивчені її потенційні можливості як рівноправного партнера в системі економічних зв'язків, що, на нашу думку, надалі надасть можливість провести глибокий аналіз ефективності промислового потенціалу України і сутність механізму включення її в систему світового господарства.

Основні теоретичні положення і результати, практичні рекомендації даного дослідження обговорювалися на засіданні кафедри гуманітарних і соціально-економічних дисциплін Краснодонського факультету інженерії і менеджменту Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля, на науково-практичних конференціях, а також неодноразово обговорювалися під час проведення зустрічей «За круглим столом» за участю ведучих керівників підприємств і відомств м. Краснодона і Луганської області. Основні результати роботи викладені в доповідях на міжнародних конференціях (Міжнародна науково-практична конференція „Наука та інновації”; II Міжнародна науково-практична конференція „Сучасні наукові дослідження”; I Міжнародна науково-практична конференція „Соціально-економічні перспективи розвитку України”, м. Дніпропетровськ; XI науково-практична конференція з проблеми вищої освіти «Університет і регіон», Східноукраїнський національний університет ім В.Даля, м. Луганськ, та ін.), а також використані в навчальному процесі на Краснодонському факультеті інженерії та менеджменту Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля при підготовці майбутніх фахівців в області зовнішньоекономічної діяльності, а також інших спеціальностей.

Теоретична і практична значимість роботи полягає в тому, що її результати можуть бути використані в діяльності зовнішньоекономічних відомств і інших організацій, що займаються розробкою і реалізацією економічних реформ на Україні і здійсненням безпосередньої зовнішньоекономічної діяльності, а також економічним і науково-технічним співробітництвом з іноземними партнерами.

Висновки. Вище викладене дає підставу припускати, що рішення питання інтеграції промислового потенціалу України в систему міжнародних економічних зв'язків є не тільки можливою, але й необхідною умовою її подальшого розвитку, особливо при економічно обґрунтованому виборі партнерів. У цьому виборі, звичайно, будуть мати місце політичні переваги, однак основна увага повинна приділятися саме економічним можливостям країни. На сучасному етапі розвитку зовнішньоекономічної політики особливого значення для поглиблення довіри та закріплення позитивного ставлення Європейської спільноти до нашої держави набуває вирішення питання щодо інтеграції промислового потенціалу України в західноєвропейські структури та розвиток співробітництва з ЄС, що є не самоціллю, а засобом досягнення конкретних економічних цілей. Так, українські товаровиробники з найбільш конкурентоздатних сфер української економіки: металургійної і текстильної промисловості, сільського господарства, певних сфер науково-технічних та енергетичних технологій, мають отримати більше можливостей для експорту своїх товарів у Західну Європу. Підготовка нової Угоди з ЄС по текстилі, Угоди щодо науково-технічного співробітництва, зменшення митних, тарифних та інших обмежень у взаємній торгівлі тільки сприятимуть скорішому набуттю чинності Угоди про Партнерство та Співробітництво, а також практичній реалізації Тимчасової Угоди про торгівлю між Україною та Європейським Союзом.

Таким чином, ефективність функціонування економіки вимагає оперативного рішення всіх назрілих проблем, а також свідомого, цілеспрямованого і більш активного включення національного промислового потенціалу в систему світового господарства.

Література

1. Про внесення змін до Закону України "Про наукову і науково-технічну діяльність" : закон України від 01.12.1998 № 284-XI // Відомості Верховної Ради України. – 1999. – № 2-3. – С. 18–33.
2. Про концепцію науково-технологічного й інноваційного розвитку України : постанова Верховної Ради України від 13.07.1999 №916-XI // Відомості Верховної Ради України. – 1999. – № 37. – С. 770–776.
3. Про інноваційну діяльність : закон України від 04.07.2002 №40-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2002. – № 36. – С. 882–892.
4. Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні : закон України від 16 січня 2003 року № 433 – IV // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 13. – С. 354–358.
5. Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004–2015 роки) "Шляхом Європейської інтеграції" / [авт. кол.: А.С. Гальчинський, В.М. Геєць та ін.] ; Нац. ін-т стратег. дослідж., Ін-т екон. Прогнозування НАН України, Мін-во економіки та з питань європейської інтеграції України. – К. : ІВЦ Держкомстату України, 2009.
6. Акулов В.Л. Діалектика матеріалізму як система / Акулов В.Л. – М., 1988. – 329 с.
7. Алампов П.М. Міжнародний соціалістичний поділ праці і його принципи / П.М. Алампов // Світова соціалістична система господарювання. – Т. 3.
8. Антологія економічної класики : у 2 т. Т. 1. – М., 1991.
9. Архангельський Н. Системний аналіз у міжнародних економічних відносинах / Архангельський Н. – М., 1990. – 241 с.
10. Білоусов А.С. Протиріччя і тенденції інтернаціоналізації капіталістичного виробництва / Білоусов А.С. – М., 1989. – 219 с.
11. Бородаєвський А.Д. Сучасні міжнародні економічні відносини / А.Д. Бородаєвський, В.В. Буглай. – М., 2003. – 279 с.
12. Історія економічних знань : підручник для екон. спец. вузів / [Риндіна М.Н., Василевський Е.Г., Голосів В.В. та ін.]. – К. : Вища школа, 1983. – 559 с.
13. Колыбанов В.А. Науково-технічна інтеграція у світовому капіталістичному господарстві і проблеми відносин Схід-Захід / Колыбанов В.А., Кравец В.П., Гончарук А.И. – К., 1990. – 317 с.
14. Костюхін Д.І. Сучасний світовий ринок. Тенденції і проблеми розвитку / Костюхін Д.І. – М., 1987. – 197 с.
15. Лук'яненко Д.Г. Спільні підприємства на Україні – створення і механізм функціонування / Лук'яненко Д.Г. – К., 1991. – 143 с.

Надійшла 16.04.2011

УДК 338.436.33; 502.52

В. Ф. ЖУРАВЕЛЬ

Северо-Кавказский гуманитарно-технический институт, г. Ставрополь

ОБОСНОВАНИЕ АДАПТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРОЦЕССАМИ В ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ

Рассмотрены и обоснованы принципы адаптивного управления инновационными процессами в эколого-экономических системах.

The paper deals with some principles of adaptive management of innovative processes in ecological and economic systems.

Ключевые слова: инновационный процесс, адаптивное управление, интеллектуальные технологии.

Современное сельскохозяйственное производство, как и другие отрасли народного хозяйства, испытывает на себе воздействие процессов глобализации, усиленной конкуренции, страдает от ограниченности ресурсов и единственным условием обеспечения его стабильности и устойчивого развития является инновационный характер процесса воспроизводства. Инновационность для сельского хозяйства означает переход на новый тип производства, в основе которого лежат принципы устойчивого развития и инновационная деятельность. Это, прежде всего, разработка и внедрение систем земледелия, основанных на новых принципах природопользования, ресурсосбережения, биологических приемах повышения плодородия почв.

С этой целью в Ставропольском крае в последние годы активно разрабатываются методология и принципы использования адаптивно-ландшафтной системы земледелия. Перевод на инновационную

систему производства закреплен постановлением Государственной Думы «О порядке использования земельных ресурсов Ставропольского края на агроландшафтной основе» 637-39 от 26.06.97 г. [1].

Однако внедрение и широкое использование такой системы земледелия требует разработки не только новых рабочих органов машин и технологий, обеспечивающих качественно иное воздействие на почву, но и принципиально новой системы управления инновационными технологическими процессами, в которой при принятии решения, кроме технологической и экономической эффективности, должен учитываться экологический фактор. В этом случае под решением понимается набор управленческих воздействий на объект управления, позволяющий привести систему адаптивно-ландшафтного землепользования в желаемое состояние или достичь поставленной цели, а используемые при этом технологии должны быть интеллектуальными.

Простейшую модель взаимодействия такой системы и среды следует рассматривать в рамках эколого-экономической системы и можно представить в виде ее взаимосвязанных элементов – собственно система (управляемый объект), в которой функционируют подсистема (субъект управления) и внешняя среда (рис. 1.)

Из рисунка видно, что на вход эколого-экономической системы (ЭкЭС) из окружающей среды (ОС) поступают управляющие параметры в виде множества ограничений на сельскохозяйственное производство $O = \{O_k\}$ и целей $Z = \{Z_m\}$, а также ресурсов $X = \{X_i\}$. Выход системы (ЭкЭС) определяется множеством конечных продуктов и услуг $Y = \{Y_j\}$, ориентированных на удовлетворение потребностей внутренней и внешней среды и оказывающих негативное влияние на внешнюю среду.

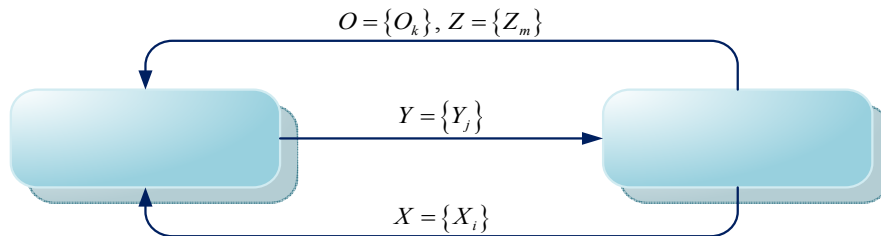


Рис. 1. Модель взаимодействия эколого-экономической системы и окружающей среды

Решать проблему организации механизма управления инновационными процессами в эколого-экономической системе нами предлагается путем сопоставления текущей информационной модели экологической среды и инновационного процесса, её преобразующего, с обобщённым описанием допустимых эталонных ситуаций. Процесс принятия управленческих решений в этом случае должен осуществляться по результатам совпадения или различия сравниваемых моделей описания состояния инновационных процессов в соответствии с заданными на текущий момент времени целями производства. Для этого в эколого-экономических системах в условиях возникающих неопределенности и риска необходима модель принятия решений, которую можно сформировать в виде формализованного представления элементов и процессов технологии принятия решений (рис. 2).

Из рисунка видно, что мониторинг состояния ОУ и сбор необходимой для принятия решений информации осуществляются подразделением МСД. В модуле МПР на основе хранящегося в БЗ накопленного опыта управления, текущего состояния сельскохозяйственного предприятия и действующих на него экологических возмущений осуществляется выбор управленческих решений и мероприятий, позволяющих достичь целей инновационной деятельности. Смена текущих целей снабжения выполняется в подразделении МПЦ. Выявленные в МПР управленческие мероприятия поступают в подразделение МУ, где на их основе формируются и реализуются программные действия, которые в этом же модуле при необходимости корректируются по мере изменения условий их выполнения.

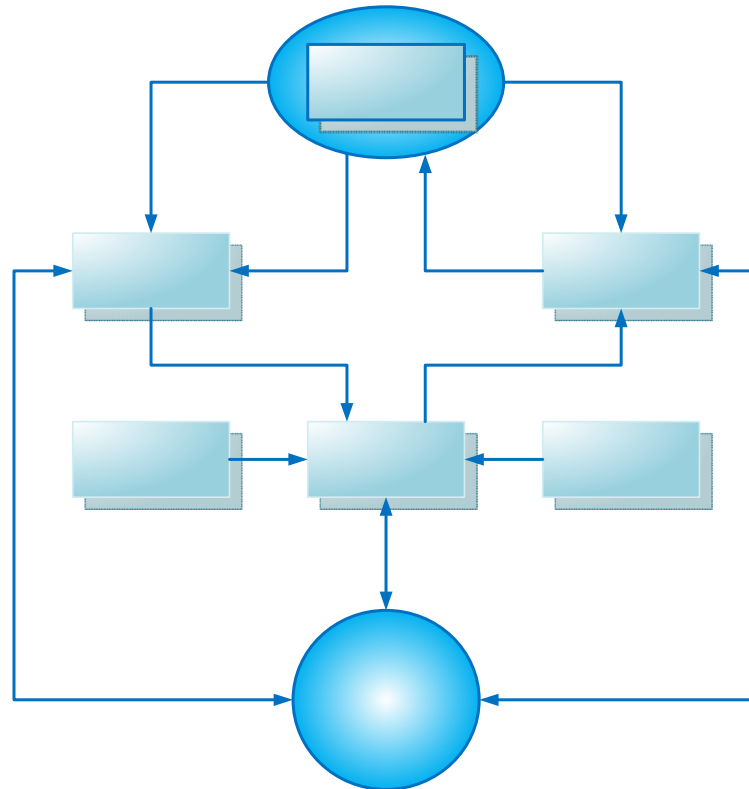
Основными проблемами на этапе эффективного перераспределения недостающих ресурсов является организация эффективных подсистем оперативного планирования и управления производством. Наиболее эффективной системой оперативного управления можно считать систему, способную:

- быстро реагировать на изменения, происходящие в ОС и ОУ;
- быстро выполнять анализ хода и результатов инновационного процесса, давать оценку его успешности на основании критериев экологического качества;
- осуществлять оперативное регулирование и контроль динамики показателей эколого-экономической эффективности инновационного процесса;
- организовать эффективное функционирование различных подсистем сельскохозяйственного производства в целях экологической оптимизации используемых ресурсов и достижения запланированных показателей устойчивого развития;
- быстро адаптироваться и переносить накопленный опыт управления в новые условия.

Наиболее полно заданные требования можно удовлетворить, используя ситуационные принципы управления большими системами. Под ситуацией следует понимать временной срез, отражающий текущее

состояние инновационного процесса с помощью:

- заданной системы (вектора) эколого-экономических показателей, отражающих состояние технологического процесса, называемых параметрами управления;
- описания состояния технологического процесса и жизненного цикла задействованных в инновационной деятельности материальных и сырьевых ресурсов;
- описания состояния внешней среды и действующих на производственный процесс возмущающих экологических факторов.



- ОС и ОУ – соответственно, окружающая среда и экономический объект управления;
 МСД – модуль, отвечающий за сбор и первичную обработку данных о состоянии окружающей среды и объекта управления;
 МУ – модуль, служащий для формирования построения, реализации и корректировки управленческих мероприятий;
 БЗ – база знаний для автоматизированного принятия решений;
 МПР – модуль поддержки принятия решений;
 МПЦ – подсистема целеполагания.

МСД

Рис. 2. Схема механизма эколого-экономического управления интеллектуальными инновационными процессами в аграрной сфере

Это позволит при организации эколого-экономического механизма управления инновационными процессами использовать автоматизированный выбор организационных и управленческих решений в соответствии с поставленной целью, а также рассогласованием с ситуацией, характеризующейся значениями этих показателей.

В этом случае каждая ситуация будет определяться системой технико-экономических и эколого-экономических показателей, количество элементов и содержание которой будут зависеть от уровня управляемости инновационного процесса.

Для достижения эффективного уровня наблюдаемости и управляемости инновационным процессом с учётом экологических факторов необходимо выбрать полную систему показателей, удовлетворяющих следующим требованиям:

БЗ

- 1) иметь количественную оценку для возможности их сравнения;
- 2) обладать возможностью функционального распределения и измерения во времени и принимать скалярные, итоговые значения;
- 3) изменяться независимо друг от друга;
- 4) отражать влияние на инновационный процесс максимального числа внешних возмущающих воздействий;
- 5) обладать высокой степенью возможности к структуризации и повышению определённости влияющих на них организационных и управленческих корректирующих мероприятий, приводящих прямым или косвенным образом к требуемым их изменениям;

б) быть достаточными для организации принятия эффективных решений и охватывать все процессы деятельности предприятия.

Предложенные индикаторы эколого-экономического развития позволяют структурировать инновационный процесс и автоматизировать управление им, которое должно осуществляться следующим образом. На этапе построения определяются целевые условия управления, позволяющие вычислить целевые значения показателей инновационного процесса. На основе полученной об ОУ информации выявляются фактические значения показателей его состояния и влияния на окружающую среду в произвольные моменты времени, которые формализуются, структурируются и передаются в виде кортежа в МПР. Одновременно с этим в МПР из БЗ заносятся нужные значения этих показателей. Это позволяет вычислить разности между требуемыми и фактическими значениями показателей и сформировать кортеж отклонений. На основании величины найденных отклонений и информации, поступающей из БЗ, в МПР формируется кортеж управленческих мероприятий, направленных на устранение различий между заданными и фактическими значениями регулируемых параметров.

Для автоматизации процесса принятия решений закономерности преобразования значений показателей состояния инновационного процесса формализуются в виде продукционных правил принятия решений, имеющих следующее содержание: если отклонение параметра имеет знак (+, -) и величину $D(x)$, то для получения требуемого значения параметра необходимо организовать и выполнить мероприятия $R_1(+)$ или $R_2(-)$ в течение заданного интервала времени t . Ограничения по времени вводятся в том случае, если по истечении некоторого промежутка времени t проведение управленческих мероприятий становится нецелесообразным.

Рассмотренные выше правила хранятся в базе знаний для принятия решений, связанных с организацией эколого-экономического управления инновационным процессом.

Ситуационная система эколого-экономического управления интеллектуальным инновационным процессом требует более сложного описания текущих ситуаций, возникающих во внешней среде. При этом в качестве текущей ситуации рассматривается вектор экологических возмущений, определяемый описанием действующих на предприятие внешних возмущающих факторов. Задача управления сводится к выбору организационно-технических и организационно-экономических мероприятий, направленных на компенсацию действующих экологических факторов и связанных с ними последствий.

В этом случае описание ситуаций на естественном языке можно формализовать, записав его с помощью принятой системы знаков. Такая модель описания объектов позволяет достаточно подробно описывать производство и окружающую среду на различных уровнях. При этом каждая ситуация внешней среды инновационного процесса будет определяться описанием решаемой подзадачи, описанием внешней среды, описанием внутренней среды, программы реализуемых мероприятий.

Для эффективного применения эколого-экономического механизма управления инновационным процессом весь технологический процесс необходимо разбить на подзадачи, определив время и ресурсы, требуемые для их реализации. Следовательно, с методической точки зрения, возникает необходимость построения редукционной модели инновационного процесса.

Так как на инновационный процесс влияет достаточно большое количество факторов, в том числе и экологических, оперативное управление является многокритериальной задачей. Решение таких задач обычно выполняется перебором и состоит из двух этапов.

На первом этапе сокращается область поиска решения задачи путём определения специального множества, которое содержит предполагаемое решение задачи.

На втором этапе проводится оптимизация параметров на выявленном множестве допустимых значений. Для этого многокритериальная задача путем аддитивной свертки критериев сводится к однокритериальной задаче в следующем виде:

$$w = \sum_{i=1}^n \kappa_i g_i,$$

где κ_i – коэффициент значимости i -го критерия функционирования системы материально-технического значения;

g_i – критерий эффективности i .

В этом случае подсистема управления служит для выбора метода реализации решаемых задач, которые ставятся в соответствии с внешними и внутренними условиями функционирования эколого-экономической системы [3].

Одной из важнейших проблем, которая решается с применением ситуационных систем управления инновационным процессом, является обеспечение высокой оперативности принятия решений и экологического контроля за их исполнением. Это объясняется тем, что инновационный процесс происходит в период быстрых и не всегда предсказуемых изменений внешней среды. Следовательно, разработка и развитие современных методов сбора, обработки, хранения, анализа и предоставления информации для подготовки управленческих решений являются важнейшими факторами совершенствования технологии

управления. Без обмена информацией между центром управления, с одной стороны, и исполнительной подсистемой и окружающей средой, с другой стороны, эффективное управление инновационным процессом организовать невозможно.

База знаний должна представлять собой структурированное описание в единой системе классификации и моделирования технико-экономической и экологической информации, унифицированных систем документации и массивов информации, служащей для описания инновационного процесса, технических характеристик, новых машин и механизмов, т.е. всех необходимых данных, используемых для описания внутренней и внешней среды объекта.

Обычно большие массивы информации неудобно использовать при решении конкретных задач оперативного управления. Во избежание этого на базе основных массивов с помощью логических преобразований создаются различные по значению виды массивов: рабочие, постоянные, справочные, плановые, отчетно-архивные, табличные и служебные внутренние массивы.

Информация, хранящаяся в базе, служит для корректировки принятых управленческих решений. Получение исходной информации о состоянии внешней и внутренней среды предприятия позволяет выявить слабые звенья в организации инновационного процесса [2].

Проблемы, выявленные в результате комплексного анализа, прогнозирования и экспертного прогноза, подлежат идентификации, в процессе которой одинаковые объединяются, а второстепенные исключаются. Окончательный массив проблем составляется в однотипных формулировках. При этом возможны два варианта. В первом случае формулировка отражает отрицательные стороны развития эколого-экономического взаимодействия и дается в терминах, описывающих его существующее состояние, во втором – отражает разрыв между желаемым и достигнутым уровнями среды и дается в терминах той потенциальной задачи, решение которой может обеспечить искомый конечный результат.

Разработка базы данных должна включать большой комплекс исследований и мероприятий по сбору информации об объекте управления, а также мероприятий, которые позволяют улучшить организационную структуру системы, упорядочить информационные потоки и автоматизировать документооборот. Решение этих задач увеличивает качество и оперативность принятия решений и, таким образом, повышает эффективность производственного процесса в целом.

Экологический контроль за состоянием инновационного процесса осуществляется путем сравнения между собой целевой и фактической ситуаций с целью выявления всех имеющихся между ними различий. Ситуационный же анализ проводится с целью выявления причин, вызвавших различия между фактической и целевой ситуациями для последующего их устранения.

Таким образом, предложенные нами новые организационно-экономические принципы управления интеллектуальными технологическими процессами, в том числе формализованные методы рационального выбора управленческого решения в виртуальной производственной системе, позволят организовать эффективное аграрное производство на принципах устойчивого развития.

Литература

1. О сохранении почв и земель, предотвращении их деградации : закон Ставропольского края от 7 апреля 1995 года № 4-ХЗ.
2. Семенов, М.И. Автоматизированные информационные технологии в экономике : учебник / [М. И. Семенов, И. Т. Трубилин, В. И. Лайко, Т.П. Барановская] ; под общей ред. И. Т. Трубилина. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 426 с.
3. Журавель В.Ф. Автоматизированная система «Расчет поверхностного стока»: программа для ЭВМ / Журавель В.Ф. // Программы для ЭВМ, базы данных, топологии интегральных микросхем : бюл. – № 2. – С. 46.

Надійшла 17.04.2011

ЕТАПНІСТЬ ПРОВЕДЕННЯ ДІАГНОСТИКИ КРИЗОВОГО СТАНУ ТА ЙМОВІРНОСТІ БАНКРУТСТВА ПІДПРИЄМСТВА

В статті досліджено та проаналізовано сутність поняття «діагностика банкрутства» та методики діагностики кризового стану підприємства. Запропоновано авторський підхід щодо змісту та послідовності діагностики ймовірності банкрутства, який дає змогу оптимізувати даний процесу в сучасних умовах господарювання.

The paper investigates and analyzes the meaning of terms "bankruptcy diagnosis and methods of diagnosis of the crisis state of the enterprise. The authoring approach for content and consistency of diagnostic probability of bankruptcy that allows you to optimize this process in the modern business environment.

Ключові слова: діагностика банкрутства, методика, ймовірність.

Постановка проблеми. Стабілізація виробництва, відновлення платоспроможності, оздоровлення фінансової діяльності, прискорення науково-технічного розвитку і покращення інвестиційного клімату – це основні завдання антикризового управління, в якому одна із основних ролей належить діагностиці кризового стану та загрози банкрутства. Адже, навіть за наявності таких умов як досконале законодавства в державі, застосування прямих та непрямих механізмів державного сприяння, ефективна та вчасна аудиторська перевірка, вихід з кризової ситуації – це завдання, перш за все, внутрішнього менеджменту підприємства. В свою чергу, успішний внутрішній менеджмент можливий лише у випадку успішного та, головне, вчасного виявлення загроз, які можуть спричинити банкрутство. Тобто передумовою реалізації завдань антикризового управління є, перш за все, успішна та ефективна діагностика неплатоспроможності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У працях Подольської В.О., Шморгуна Н.П., Федоровича Р., Загородної О., Серединської В., Кононенка О., Мец В., Жежери М., Лахтіонова Л., Письмарченко Л.М., Татаренко Н.М., Сперанської В.В. та інших науковців розглядаються питання організації аналізу, різноманітні методи, прийоми обробки інформації та оцінки фінансового стану підприємства. Проте серед науковців немає єдиної думки щодо підбору та використання тих чи інших методик при діагностиці ймовірності банкрутства підприємств. Тому дана тема потребує додаткового дослідження щодо змісту та послідовності діагностики банкрутства.

Постановка завдання. Оскільки умовою покращення фінансового стану суб'єкта господарювання, з метою уникнення його банкрутства у найближчій та довгостроковій перспективі, є своєчасна та ефективна діагностика неплатоспроможності підприємства, то це обумовлює головну мету статті: визначення особливостей змісту та послідовності методики діагностики ймовірності банкрутства підприємства.

Виклад основного матеріалу. Для постачальників, фінансово-кредитних установ, інвесторів, працівників підприємств вкрай важливим є попереднє знання можливості виникнення на підприємстві фінансової кризи або, навіть, його банкрутства. Тому виникає необхідність запровадження на підприємствах системи організаційно-економічних заходів, здатних запобігти глибокій фінансовій кризі. При цьому важлива роль відводиться діагностиці банкрутства підприємств.

Термін «діагностика» вперше з'явився в медицині. Під цим терміном розумівся метод спеціального дослідження людини з метою встановлення медичного висновку про стан її здоров'я і, в разі виявлення відхилень, визначення виду хвороби та причин її появи. Грецькою мовою термін «діагноз» означає «точно розпізнати, досліджувати, скласти думку». У медицині діагностування є частиною циклу лікувального процесу. Широке застосування методи діагностики знайшли і в техніці. Так, під діагностуванням складних технічних систем, що функціонують у межах заданих режимів, розуміють комплекс завдань щодо контролю, перевірки і прогнозування їх технічного стану [1, с.83].

В сучасних умовах господарювання діагностичні процедури широко застосовуються і в економіці. Як і у медицині й техніці, в економіці важливе значення має раннє виявлення ознак економічної «хвороби», розпізнавання причин, які її викликали. Чим точніше буде встановлений «діагноз», тим ефективнішим буде і «лікування» [2, с.11].

Необхідно визначити співвідношення таких понять як загальна діагностика і економічна діагностика підприємства. Загальна діагностика підприємства (іноді в літературі зустрічається поглиблена чи глобальна діагностика) включає в себе такі складові: економічну діагностику, функціональну діагностику, діагностику зовнішнього середовища та стратегічну діагностику.

Так, економічну діагностику підприємства можна розглядати як аналіз та оцінку економічних показників роботи підприємства на основі вивчення окремих результатів й іншої інформації з метою виявлення можливих перспектив розвитку підприємства і наслідків поточних управлінських [2, с.11].

Також відмітимо, що поняття «економічна діагностика підприємства» більш вузьке, ніж поняття «діагностика підприємства». Адже, економічна діагностика розпізнає характер порушень в одній із областей господарюючого суб'єкта – економічній [3, с.125].

Умови господарювання, в яких підприємство постійно перебуває під впливом конкуренції,

нестабільного, динамічного середовища і через це опиняється в кризовій ситуації і як її наслідок зазнає банкрутства, внесли в наукову доктрину окрім поняття «економічна діагностика підприємства» поняття «діагностика банкрутства». Що ж розуміти під таким поняттям як «діагностика банкрутства»?

Андрушко О.Б. та Горбачевська М.Б. під діагностикою банкрутства підприємства розуміють систему ретроспективного, оперативного і перспективного цільового аналізу, спрямованого на виявлення ознак кризового стану підприємства, оцінку загрози його банкрутства та можливостей подолання кризи [4, с.159].

Коваленко О., Ремньова Л.М., Городня Т.А., Мойсеєнко І.П. Масенко Б.П., Афонченкова Т.М., Литвин Б.М., Стельмах М.В. під діагностикою банкрутства розуміють використання сукупності методів аналізу для своєчасного розпізнання симптомів фінансової кризи на підприємстві і оперативного реагування на неї на початкових стадіях з метою зменшення ймовірності повної фінансової неспроможності суб'єктів господарювання [5, с.234; 6, с.156; 7, с.56; 8, с.34].

Кизим М.О., Забродський В.А., Зінченко В.А., Копчак Ю.С. під діагностикою кризи розвитку розуміють систему ретроспективного, оперативного і перспективного цільового аналізу, спрямованого на виявлення ознак кризового стану підприємства, оцінку загрози його банкрутства, та (або) подолання кризи [1, с.86].

Кононенко О., Маханько О. стверджують, що діагностика банкрутства являє собою цілу систему цільового фінансового аналізу, спрямованого на виявлення параметрів кризового розвитку підприємства, що генерують загрозу його банкрутства в майбутньому періоді [9, с.34].

Коллас Б. дає таке визначення даного поняття: «Діагностика банкрутства – виявлення в динаміці симптомів явищ, що затримують досягнення цілей та розв'язання завдань, розробка рішень» [10, с.56].

Романченко Н. надає наступне визначення: «Діагностика кризи в організації – це сукупність методів, спрямованих на виявлення проблем, слабких місць, у системі управління, які є причинами неблагополучного фінансового стану й інших негативних показників діяльності» [11, с.86].

Як бачимо, науковці по різному підходять до визначення досліджуваного поняття. Найсуттєвішим недоліком більшості із запропонованих визначень є ототожнення поняття «діагностика» з поняттям «аналіз». Так, діагностику банкрутства як аналіз визначають Андрушко О.Б., Горбачевська М.Б., Коваленко О., Городня Т.А., Мойсеєнко І.П. Масенко Б.П., Афонченкова Т.М., Литвин Б.М., Стельмах М.В., Кизим М.О., Забродський В.А., Зінченко В.А., Копчак Ю.С., Кононенко О., Маханько О. Проте такий підхід до розуміння сутності діагностики є хибним, оскільки в процесі аналізу визначаються лише видимі ознаки проблеми (симптоми), що самі по собі не можуть пояснити ні причину, ні наслідок. Так, Гетьман О.О., Шаповал В.М. визначають аналіз як метод наукового дослідження явищ і процесів, в основі якого лежить вивчення складових частин, елементів досліджуваної системи. Тобто, діагностика – це логічне продовження аналізу, оскільки має здійснюватись після проведення етапу аналізу, спираючись на його аналітичну базу і передбачає глибоке дослідження об'єкта.

Ще одним недоліком проаналізованих трактувань поняття «діагностика банкрутства» є те, що деякі з науковців визначають її лише як етап виявлення ознак кризового стану, проте не вказують на те, що вона передбачає визначення можливостей подолання кризи. Це стосується, наприклад, визначень Кононенко О., Маханько О., Романченко Н., проте діагностика банкрутства – це виявлення загроз з подальшим формуванням висновків щодо необхідності прийняття певних рішень.

Отже, на нашу думку, діагностика банкрутства – це не тільки аналіз, який є лише її початковим етапом, але й розробка заходів впливу, тому можна вважати діагностику як етап антикризового менеджменту та передумова для його успішності.

На основі зроблених висновків щодо значення діагностики банкрутства можемо подати наступне визначення даного поняття, яке найбільшою мірою відповідає реаліям його природи: діагностика банкрутства – це етап антикризового управління та передумова його успішності, який є логічним продовженням економічного аналізу підприємства, передбачає глибоке дослідження об'єкта з подальшою розробкою заходів впливу.

За твердженням «діагностика банкрутства – це передумова успішності антикризового управління», досить важливим є те, наскільки ефективно та грамотно вона буде здійснена, що, в свою чергу, залежить від визначення змісту та етапності її проведення.

На сьогодні в наукових та методичних виданнях розглядається багато різних підходів до кількості та послідовності етапів проведення діагностики банкрутства підприємства, а також до конкретизації їх змісту. Так, наприклад, Федорович Р., Загородна О., Серединська В. рекомендують проводити діагностику банкрутства у розрізі семи етапів: аналіз фінансових результатів діяльності підприємства; аналіз активів підприємства; аналіз джерел активів підприємства; аналіз вартості капіталу; аналіз фінансової стійкості, платоспроможності та ділової активності підприємства; аналіз грошових потоків підприємства; аналіз потенційного банкрутства суб'єктів господарювання [12, с.45].

В свою чергу, О. Кононенко та В. Мец пропонують лише чотири етапи: аналіз фінансових результатів діяльності підприємства; аналіз рентабельності капіталу підприємства, прибутковості продукції та ділової активності; аналіз фінансового стану підприємства; комплексна оцінка господарської діяльності (бізнесу) [13, с.34; 14, с.98].

М. Жежера вбачає зміст та послідовність фінансової діагностики у інших семи етапах, а саме: аналіз фінансових результатів діяльності підприємства; аналіз рентабельності; аналіз собівартості продукції; аналіз складу і джерел утворення майна підприємства; аналіз фінансової стійкості підприємства; аналіз ліквідності балансу; комплексний аналіз і рейтингове оцінювання фінансового стану підприємства [15, с.5-8].

Лахтіонова Л. при розгляді змісту діагностики акцентує увагу на десяти етапах, а саме: загальній оцінці фінансового стану підприємства; аналізі фінансової стійкості; аналізі платоспроможності та ліквідності; аналізі грошових потоків; аналізі ефективності використання капіталу; аналізі кредитоспроможності підприємства; оцінці виробничо-фінансового левериджу; аналізі ділової активності та інвестиційної привабливості підприємства; прогнозі фінансових показників діяльності підприємства; аналізі фінансового стану неплатоспроможних підприємств і запобіганню їхньому банкрутству; стратегічному аналізі фінансового ризику та шляхах його зниження [16, с.178-179].

У роботах Л.О. Лігоненко, Т.С. Клебанової та В.С. Пономаренко запропоновано здійснювати діагностику банкрутства шляхом шести етапного визначення таких компонентів як: параметрів кризового фінансового стану підприємства; дослідження причин та розвитку кризи; прогнозування розвитку підприємства під подальшим впливом негативних чинників; прогнозування здатності підприємства до нейтралізації загроз банкрутства за рахунок внутрішнього фінансового потенціалу; дослідження та оцінка потенціалу виживання підприємства; формулювання кінцевого висновку про масштаби кризового стану підприємства.

Подібну за суттю структуру пропонує В.О. Василенко, який виділяє чотири етапи діагностики кризового стану [17, с.159]: аналіз фінансового стану підприємства; прогноз розвитку ринкової ситуації; виявлення ознак можливих негараздів з фірмою; своєчасне виявлення причин і основних факторів, що сприяють розвитку кризових ситуацій.

Проте, запропоновані науковцями власні підходи щодо змісту та послідовності діагностики банкрутства є відмінними від загальнодержавної методики діагностики кризового стану, яка затверджена Наказом Міністерства економіки від 19.01.2006 №14 «Про затвердження Методичних рекомендацій щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства» [18]. Дані методичні рекомендації передбачають проведення діагностики ймовірності банкрутства за наступною схемою, яка включає п'ять етапів її реалізації: загальна характеристика підприємства; оцінка підприємства з позиції неплатоспроможності; оцінка резервів підвищення ефективності функціонування підприємства та відновлення його платоспроможності; аналіз виявлення ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства; загальні висновки та рекомендації щодо подальшого розвитку підприємства.

Можна наводити й інші приклади, однак із вищенаведених нами можна зробити висновки про те, що єдиної точки зору на зміст, кількість етапів та послідовність діагностики ймовірності банкрутства не існує. Тим більше, всі досліджені нами підходи не можна визначити як повноцінні, завершені та ефективні. Так, на нашу думку, доцільним є обов'язкове виділення такого етапу діагностики банкрутства підприємства, як проведення діагностики ранніх ознак кризового стану, яка дасть змогу вже на ранніх стадіях виявити симптоми кризової ситуації.

Також відмітимо, що методика Кононенка О., Мец В. та М.Жежери обмежується лише діагностикою фінансового стану, тоді як варто також застосовувати спеціальні методи діагностики банкрутства. Іншим недоліком запропонованих науковцями методик є відсутність належного обґрунтування щодо їх застосування. Це, наприклад, стосується методики Федорович Р., Загородної О., Серединської В., оскільки вони вказують лише на необхідність аналізу потенційного банкрутства суб'єктів господарювання, а за якими саме методами його здійснювати не вказують. Це саме стосується методики, яку пропонує Лахтіонова Л., оскільки не вказує яким саме чином проводити стратегічний аналіз фінансового ризику. Жоден з науковців не вказує на необхідність здійснення діагностики ранніх ознак кризового стану як початкового етапу діагностики та одночасно безперервного процесу. Варто не забувати: перш, ніж перейти до оцінки фінансових показників за різноманітними методами, необхідно дослідити наявність ранніх ознак кризових явищ та загрози банкрутства. При чому керівництво має звертати увагу на такі ознаки і при стабільній роботі підприємства, коли глибока діагностика взагалі не передбачається.

Отже, система діагностики кризового стану та ймовірності банкрутства підприємства включає ряд етапів, які логічно продовжують один одного та дозволяють зробити висновок про існування загроз в діяльності підприємства та визначити ймовірність його банкрутства. Врахувавши недоліки досліджених нами методик, пропонуємо застосовувати підприємствам в системі антикризового управління таку послідовність діагностики банкрутства підприємства (рис.1):

- перший етап – аналіз ранніх ознак кризового стану підприємства;
- другий етап – економічна оцінка та аналіз бухгалтерського балансу підприємства;
- третій етап – аналіз фінансового стану підприємства за групами коефіцієнтів, які характеризують майновий стан, ліквідність та платоспроможність, фінансову стійкість, ділову активність та рентабельність діяльності;
- четвертий етап – діагностика на основі бальних методів (рейтингової оцінки);

- п'ятий етап – дискримінантний аналіз (моделі Е.Альтмана, Спрінгейта, Р.Ліса, Конана і Гольдера, У.Бівера, Таффлера і Тішоу, Фулмера та інші).

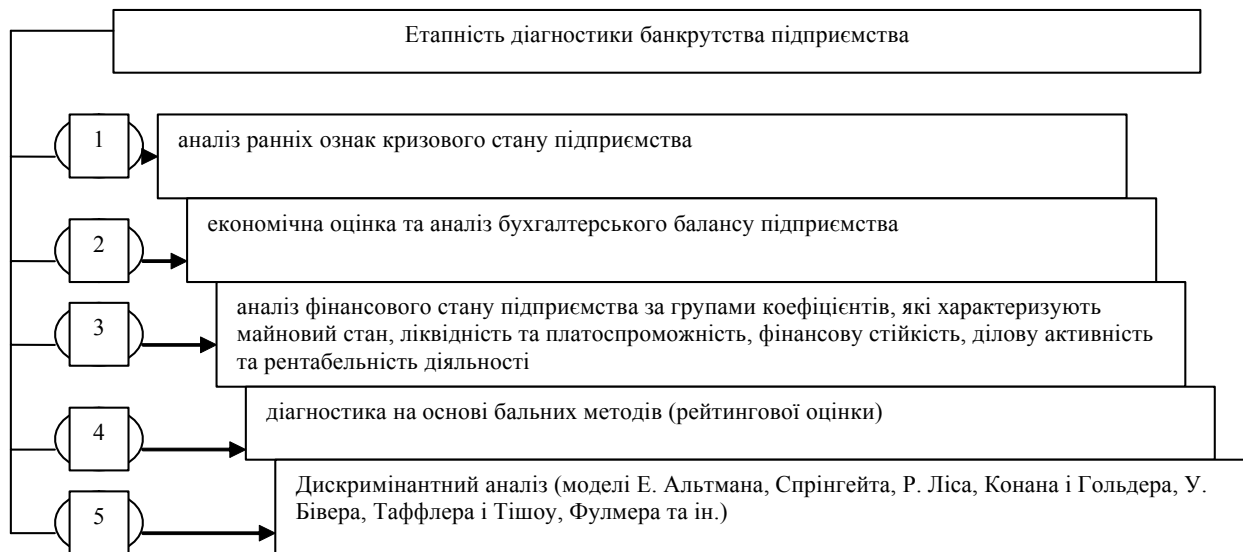


Рис. 1. Схема послідовності діагностики кризового стану та загрози банкрутства підприємства

Згідно з запропонованою нами етапністю проведення діагностики банкрутства, першим її етапом є аналіз ранніх ознак кризового стану підприємства. Проведення діагностики банкрутства за ранніми сигналами передбачає аналіз якісних показників. Методом, який базується на діагностиці ранніх сигналів ймовірності банкрутства є також метод Скоуна, що шукає відповіді на ряд запитань, а саме: чи компанії менше п'яти років; чи компанія працює в циклічній галузі; чи компанія переїжджає або має намір переїхати; чи використовує компанія «творчий» бухгалтерський облік; чи не змінила компанія останнім часом банк, аудиторів, директорів; чи не є облік і звітність надмірно докладними або представленими в нестандартному форматі?; Якщо більше ніж на п'ять з цих запитань відповідь «так», то компанія переживає ускладнення. Якщо відповідь на більше ніж вісім запитань позитивна, то фінансовий стан надто важкий [19, с.172-175].

До переліку ранніх ознак кризового стану та загрози банкрутства підприємства належать також і інші симптоми, такі як: затримки з наданням звітності; зміна в структурі управління та атмосфері, що панує в управлінських підрозділах підприємства; втрата ключових співробітників апарату управління; проведення поспішних та недостатньо обґрунтованих будь-яких реорганізацій підприємства; незадовільний стан виробничого потенціалу підприємства; вимушені зупинки, а також порушення ритмічності виробничо-технологічного процесу; погіршення якості продукції (робіт, послуг), наявність негативних відгуків споживачів на низьку якість продукції або обслуговування; введення жорсткого режиму економії поточних витрат; зміни в порядку та умовах оплати праці працівників, скорочення розмірів основної заробітної плати, збільшення питомої ваги додаткових видів оплати, скорочення соціальних виплат та пільг, затримки у виплаті заробітної плати або наявність заборгованості по виплаті заробітної плати; втрата ключових господарських партнерів (контрагентів); участь підприємства в судових розглядах з непередбаченим наслідком; велика кількість перевірок контролюючими органами, накладання на підприємство та його керівників штрафних санкцій за порушення законодавства та інші [20]. Проте і цей перелік не є вичерпним і залежить від специфіки діяльності підприємства.

При будь-яких сигналах загрози підприємству необхідно здійснювати подальшу діагностику з метою визначення проблемних ділянок діяльності. Так, наступним етапом діагностики, на нашу думку, має бути аналіз бухгалтерського балансу підприємства, під час якого здійснюється економічна оцінка структури та динаміки майна підприємства та джерел його утворення, тобто необхідно звернути увагу на наступні показники: динаміка валюти балансу та його структура, наявність та джерела власних коштів, структура кредиторської заборгованості та ін. Це дозволить дати поточну оцінку фінансового стану підприємства та динаміку його розвитку, тобто перейти до виділеного нами третього етапу.

Тільки після цього можна аналізувати фінансовий стан підприємства, тобто групи коефіцієнтів, що характеризують грошові потоки, проблеми погашення кредиторської та дебіторської заборгованості, майновий стан, ліквідність та платоспроможність підприємства, його фінансову стійкість, ділову активність та рентабельність діяльності. Діагностика фінансового стану передбачає розрахунок фінансових коефіцієнтів та порівняння їх фактичних значень з нормативними. Даний метод є найбільш доступним, потребує лише інформації фінансової звітності, є не трудомістким. Проте аналізу фінансового стану підприємства для визначення ймовірності банкрутства також недостатньо, оскільки бажано, щоб така діагностика була коректною та чітко сформульованою у побудованій підприємством моделі для можливості

дати конкретний та чіткий висновок про ймовірність банкрутства. Тому четвертим етапом діагностики банкрутства ми виділяємо діагностику на основі бальних методів (рейтингової оцінки). Даний вид діагностики базується на встановленні переліку репрезентативних (ключових) індикаторів, їх порівняння з нормативними критеріальними значеннями для ідентифікації стану об'єкта в оперативному режимі. Після цього, зважаючи на область значення репрезентативного показника, підприємство відносять до тієї чи іншої області (класу) загрози банкрутства. Різні науковці та практики, досліджуючи діяльність підприємств, обирають для діагностики різні показники. Таку систему показників підприємство має змогу формувати самостійно. Діагностика банкрутства за рейтинговими моделями дозволяє сформувати статистичну базу розрахованих коефіцієнтів для етапу діагностики банкрутства – дискримінантного аналізу. Суть дискримінантного аналізу полягає в тому, що за допомогою математично-статистичних методів будується функція та обчислюється інтегральний показник, на підставі якого з певною ймовірністю можна передбачити банкрутство суб'єкта господарювання. Тобто даний метод передбачає згрупування показників в узагальнені інтегральні показники, при цьому визначаючи їх вагомість. Серед найбільш популярних моделей дискримінантного аналізу - моделі Е.Альтмана, Спрінгейта, Р.Ліса, Конана і Гольдера, У.Бівера, Таффлера і Тішоу, Фулмера та інші. Попри ряд переваг дискримінантних моделей, варто бути досить обережними при їх застосуванні, оскільки вони мають досить вагомі проблеми адаптації до сучасних вітчизняних умов. Ці моделі показують правдиві результати лише в тих конкретних умовах, для яких вони розроблені. Використання таких моделей в Україні було б можливим за повної відповідності бухгалтерського обліку, фінансової звітності і показників міжнародній практиці та стабільній діяльності вітчизняних підприємств. Тому, враховуючи такі особливості дискримінантних моделей, вітчизняні науковці робили численні спроби сформувати свою модель дискримінантного аналізу, яка б відповідала вітчизняним стандартам обліку та звітності та сучасним умовам функціонування підприємства. Тобто, кожне підприємство має змогу розробляти дискримінантну модель самостійно, виходячи із умов його функціонування.

Висновки. З вищевикладеного матеріалу можна зробити висновки про те, що дослідження існуючих підходів науковців до послідовності та змісту діагностики кризових явищ та ймовірності банкрутства підприємства дало змогу визначити основні недоліки даних методик, серед яких найголовнішими є обмеженість, неналежне та недостатнє обґрунтування, нелогічність послідовності та інші. На основі чого, було запропоновано власну систему діагностики, яка включає ряд етапів, що логічно продовжують один одного та дозволяють зробити висновки про ймовірність банкрутства. Така етапність хоча і не може бути догмою для всіх підприємств, що пов'язано із індивідуальністю діяльності кожного з них, проте може слугувати основою, прикладом для розробки власної етапності проведення діагностики.

Відмітимо, що запропонований авторський підхід щодо послідовності діагностики банкрутства здійснюється з використанням різноманітних методів, які є широко застосовуваними за кордоном, не завжди можуть бути прийнятими для сучасного вітчизняного підприємства. Це вказує на необхідність подальшого дослідження даної теми з метою розробки підходів до адаптації існуючих зарубіжних методів діагностики банкрутства до сучасних вітчизняних умов господарювання.

Література

1. Оцінка і діагностика фінансової стійкості підприємства / [М.О. Кизим, В.А. Забродський, В.А. Зінченко, Ю.С. Копчак]. – Харків : ВД "ІНЖЕК", 2003. – 144 с.
2. Економічна діагностика : навч. посібник / [Т.Ф. Косянчук, В.В. Лук'янова, Н.І. Майорова, В.В. Швид]. – Львів : «Новий Світ-2000», 2007. – 456 с.
3. Глазов М.М. Функциональная диагностика в управлении деятельностью предприятием / Глазов М.М. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 1999. – 325 с.
4. Андрушко О.Б. Моделирование диагностики кризового стану та загрози банкрутства підприємства / О.Б. Андрушко, М.Р. Горбачовська // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2006. – № 2 (552). – С. 158–163.
5. Коваленко Л.О. Фінансовий менеджмент : навч. пос. / Л.О. Коваленко, Л.М. Ремньова. – [3-є вид., випр. і доп.]. – К. : Знання, 2008. – 483 с.
6. Городня Т.А. Економічна та фінансова діагностика : [навч. посібник] / Т.А. Городня, І.П. Мойсеєнко – Львів : Вид-во "Магнолія 2006", 2008. – 282 с.
7. Масенко Б.П. Антикризове управління : [навч. посіб.] / Б.П. Масенко, Т.М. Афонченкова. – К. : Вид-во Європ. ун-ту, 2005. – 264 с.
8. Литвин Б.М. Фінансовий аналіз : [навч. посібник] / Б.М. Литвин, М.В. Стельмах. – К. : Хай-Тек Прес, 2008. – 356 с.
9. Кононенко О. Аналіз фінансової звітності / О. Кононенко, О. Маханько. – Х. : Фактор, 2008. – 208 с.
10. Коллас Б. Управление финансовой деятельностью предприятия / Коллас Б. – М. : Финансы: ЮНИТИ, 1997. – 193 с.

11. Романченко Н. Фінансова криза. Діагностика і контроль / Н. Романченко // Контроль. – 2008. – № 3. – С. 84–94.
12. Федорович Р.В. Фінансовий аналіз : [навч.-метод. посібник] / Р.В. Федорович, О.М. Загородна, В.М. Серединська. – Тернопіль : ТАНГ, 2001. – 149 с.
13. Кононенко О. Аналіз фінансової звітності / О. Кононенко, О. Маханько. – Харків : Фактор, 2008. – 204 с.
14. Мец В.О. Економічний аналіз фінансових результатів та фінансового стану підприємства : навч. посіб. / Мец В.О. – К. : Вища школа, 2003. – 280 с.
15. Жежера М. Порівняльна характеристика методики проведення аналізу фінансового стану підприємств в Україні та закордоном / М. Жежера // Економіка, фінанси, право. – 2007. – № 5. – С. 5–8.
16. Лахтіонова Л.А. Фінансовий аналіз суб'єктів господарювання : [монографія] / Лахтіонова Л.А. – К. : КНЕУ, 2001. – 387 с.
17. Андрушко О.Б. Моделювання діагностики кризового стану та загрози банкрутства підприємства / О.Б. Андрушко, М.Р. Горбачевська // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – 2006. – № 2. – С. 158–163.
18. «Методичні рекомендації щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства», затверджені наказом Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції [Наказ від 19.01.2006 №14]: законодавство України // Информационный портал Украины. – Режим доступу: <http://ua-info.biz/legal/basert/ua-dmejur/index.htm>
19. Подольська В.О. Фінансовий аналіз: навч. посібник / В.О. Подольська, О.В. Яріш. – К.: ЦУЛ, 2007.– 546с.
20. Експертні методи діагностики кризового стану: передумови та проблеми практичного використання //Антикризове управління: економічні підручники, економічна бібліотека он-лайн. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.finance-library.com.ua/article.php?book=69&article=4722>.

Надійшла 17.04.2011

УДК 631.1

А. В. КЛЮЧНИК, І. В. ГОНЧАРЕНКО

Миколаївський державний аграрний університет

ВПЛИВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Розглянуті і узагальнені погляди вчених відносно трактування понять «підприємництво» та «експортний потенціал». Проаналізовано сучасні тенденції розвитку підприємницької діяльності в аграрному секторі на прикладі Миколаївської області. Запропоновано фінансово-економічний механізм інноваційно-інвестиційного розвитку підприємницької діяльності та формування експортного потенціалу.

The looks of scientists are considered and generalized in relation to interpretation of concepts «enterprise» and «export potential». Modern progress of entrepreneurial activity trends are analysed in an agrarian sector on the example of the Mikolaivskoy area. The economic mechanism of innovative investment development of entrepreneurial activity and forming of export potential is offered.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, підприємницька діяльність, підприємництво, експорт, імпорт, експортно-імпорتنі операції, стратегія, ефективність, експортний потенціал.

Важливою складовою мобілізації інституційних чинників зміцнення конкурентоспроможності національної економіки є підприємництво. Активізація останнього є одним з напрямків, що забезпечує подолання економічної кризи та її соціально-політичних наслідків, вихід на зовнішні ринки, динамічний прогрес суспільства і майбутнє благополуччя народу. Тому нині виникає необхідність визначення ролі підприємницької діяльності у формуванні експортного потенціалу.

Проблеми розвитку підприємницької діяльності розглядається в працях певної частини науковців, серед яких В.Г. Андрійчук, Г.О. Андрусенко, В.Я. Амбросов, В.І. Благодатний, П.І. Гайдуцький, М.В. Гладій, Ю.Е. Губені, О.Д. Гудзинський, А.С. Даниленко, Б.М. Данилишев, М.Ю. Куліш, ІМ.Й. Малік, Л.О. Мармуль, П.Т. Саблук, І.І. Червен та ін.

Теоретико-методичні засади формування й активізації використання експортного потенціалу знайшли своє відображення в роботах В. Сіденко, Т. Марченко, М.Т. Шафікова, А.Я. Степанова, Н.В. Іванової, О.М. Кириченко, О.М. Сальник, І. Скорнякової, В.О. Шибаніної, В.В. Юхименко та ін. вчених.

Проте, проблеми визначення ролі підприємницької діяльності в ефективному формуванні експортного потенціалу аграрних підприємств вивчені недостатньо, зокрема, на регіональному рівні дослідження майже не проводяться.

Метою дослідження є розробка обґрунтованих наукових та практичних стратегій щодо розвитку підприємницьких структур та їх вплив на ефективне формування експортного потенціалу аграрних

підприємств Миколаївської області.

Однією з підвалин сучасної економіки є підприємництво, здійснення якого в нашій державі вже стали реальністю. Активізація підприємництва є одним з напрямів, що забезпечує подолання економічної кризи та її соціально-політичних наслідків, динамічний прогрес суспільства і майбутнє благополуччя народу. Саме підприємництво в багатьох економічно розвинених країнах розглядається як визначальна умова соціально-економічного процвітання.

Вивчивши наявні в економічній літературі [1–5] різноманітні визначення терміну «підприємництво», їх переваги і недоліки, ми дійшли висновку, що підприємництво – це ініціативна, самостійна, орієнтована на потреби ринку діяльність. Вона здійснюється на власний ризик з метою одержання найбільшого прибутку за умови вільного виробництва та реалізації продукції (надання послуг), втілення новаторських ідей.

Експортний потенціал – спроможність суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності постійно виявляти та відтворювати свої конкурентні переваги на світовому ринку відповідно до умов середовища, що постійно змінюється. Таким чином, експортний потенціал виступає як складно організована система, яка має три основні структурні ланки: внутрішній потенціал аграрного сектору, потенціал експортних бар'єрів, потенціал зарубіжних ринків. Експортний потенціал представляє собою динамічну систему, де параметри кожної структурної ланки тісно пов'язані між собою (рис. 1).

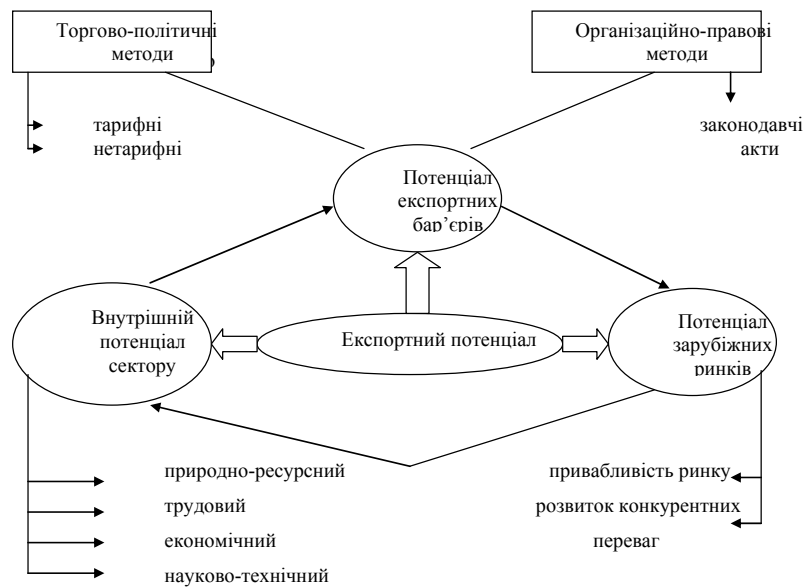


Рис. 1. Система формування експортного потенціалу

Нині перед сільськогосподарськими області відкрилися широкі можливості вибору форм господарювання, спеціалізації і диверсифікації виробництва, каналів реалізації продукції, джерел фінансування та інформації. Існуюча нині інфраструктура ще не є досконалою, оскільки більшість її елементів знаходяться лише на початковому етапі розвитку і не виконують своїх функцій у повному обсязі, але має значний потенціал.

Дати оцінку ефективності експортного потенціалу аграрних підприємств можемо визначивши сальдо та зовнішньоторговельний оборот (табл. 1).

Таким чином, зробивши оцінку ефективності підприємницької діяльності, можемо стверджувати, що підприємницькі сільськогосподарські структури є поки що не досить конкурентними на зовнішньому ринку. В рослинництві прослідковується динаміка росту експортних поставок, що свідчить про стабільний розвиток виробництва. В тваринницькій галузі сальдо є від'ємним, вказує не лише на низькі експортні можливості галузі тваринництва в межах Миколаївської області, а й на нездатність виробників продукції тваринництва забезпечити потреби внутрішнього ринку, у зв'язку з чим виникає необхідність імпорту закусівель.

Одним з пріоритетних завдань формування експортного потенціалу є розробка фінансово-економічного механізму інноваційно-інвестиційного розвитку. Для його виконання особливої актуальності набуває розроблення заходів спрямованих, з одного боку, на формування суто інноваційно-інвестиційної моделі розвитку України, а з другого дієвого фінансово-економічного механізму цієї моделі. Серед пріоритетів слід зазначити, перш за все, вдосконалення інвестиційної стратегії регіону (рис. 2).

Інвестиційні процеси в Миколаївській області розвиваються у тісному взаємозв'язку з загальноекономічним розвитком держави. Тут продовжується зростання, яке постійно вимагає розширення інвестицій. На сьогоднішній момент економіка України являє собою масштабний інвестиційний ринок.

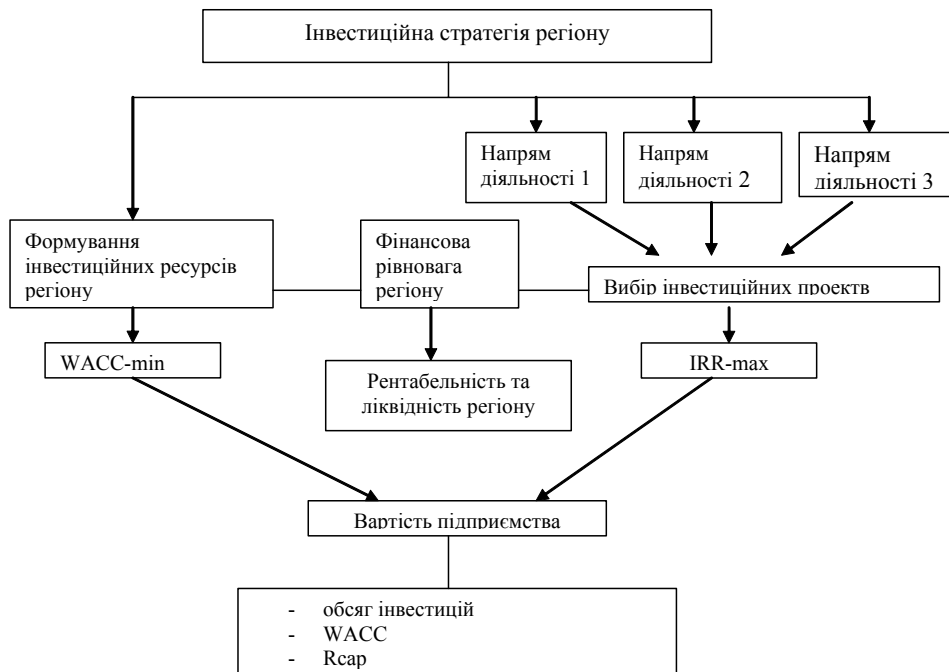
Тому ми пропонуємо створити в Миколаївській області Агентство інвестицій і розвитку, завдання якого – залучення інвестицій у аграрний сектор.

Таблиця 1

**Товарна структура експортно-імпорتنних операцій сільськогосподарських підприємств
Миколаївської області**

Вид продукції	Обсяг експорту в 2009 р., млн дол. США	Обсяг імпорту в 2009 р., млн дол. США	Сальдо, млн дол. США	Зовнішньо-торговельний оборот
Продукція рослинництва – всього	659,7	2,3	657,4	662,0
- у т.ч.:				
- зернові культури	557,1	0,1	557,0	557,2
- насіння олійних культур	75,2	0,9	74,3	76,1
- їстівні плоди та горіхи	25,0	0,0	25,0	25,0
- овочі та коренеплоди	2,4	1,3	1,1	3,5
Продукція тваринництва – всього	3,4	34,3	-30,9	37,7
- у т.ч.				
- молочна продукція	3,4	0,1	3,3	3,5
- м'ясо та харчові субпродукти	0,0	33,1	-33,1	33,1
- інша продукція тваринного походження	0,0	1,1	-1,1	1,1
Всього	663,1	36,6	626,5	699,7

Джерело: розраховано за даними статистичного щорічника в Миколаївській області за 2009 рік.



WACC – середньозважена вартість капіталу (інвестиційних ресурсів), яка залучається для реалізації інвестиційних потреб регіону.

IRR – внутрішня норма доходності проекту.

Rcap – рентабельність бюджету регіону

Рис.2. Взаємозв'язок складових інвестиційної стратегії

Таке агентство на сьогодні вкрай необхідне, оскільки останнє допоможе вітчизняним товаровиробникам заповнити відсутність знань і досвіду в частині співробітництва з великими інвестиційними банками, а також зможуть консолідувати зусилля багатьох компаній для залучення ширших інвестицій.

В Миколаївській області існує безліч сільгоспідприємств, які можуть і хочуть розширювати свою діяльність, але не мають на це достатньо коштів. На нашу думку, одним з таких є ДП «Племрепродуктор»

Степове» - це державне сільськогосподарське підприємство, що спеціалізується на м'ясо-молочній продукції. Його вважають одним з найкращих господарств не тільки в Миколаївській області, а й далеко за її межами, але з кожним роком дане підприємств занепадає, оскільки є державним, а підтримки останньої майже не отримує. Тому нами був розроблений бізнес-план по виробництву сухого молока. Останній дасть можливість збільшити обсяги виробництва молока та прибуток за рахунок виходу на зовнішній ринок таких країн як Ірак, Іран, Саудівська Аравія та інших країн, які не мають розвинутої галузі тваринництва, мають дуже посушливий клімат, для яких сухе молоко вигідно купувати, оскільки термін та умови зберігання співпадають з їхніми умовами життя.

Нами розроблено інноваційно-інвестиційний проект формування експортного потенціалу для галузі тваринництва в Миколаївській області, на основі Державної цільової програма розвитку тваринництва на період до 2015 року, оскільки дана галузь є найбільш вразливою та потребує вдосконалення.

У результаті виконання даних Програми передбачається:

- забезпечити населення продуктами харчування тваринного походження на рівні фізіологічних норм споживання;
- підвищити рівень зайнятості сільського населення, а також рівень доходів товаровиробників продукції тваринного походження;
- досягти продовольчої безпеки області та сформувати експортний потенціал тваринницької продукції:
- забезпечити якість продукції тваринництва для споживачів;
- досягти беззбитковості виробництва тваринницької продукції товаровиробникам різних форм господарювання;
- суттєво підвищити якість отриманої продукції в дрібнотоварних господарствах;
- забезпечити функціонування кооперативних формувань у сфері заготівлі та збуту сільськогосподарської продукції з метою підвищення ефективності виробництва в дрібнотоварних господарствах;
- зменшити витрати паливно-енергетичних ресурсів при виробництві одиниці продукції, виконанні робіт, наданні послуг.

Для здійснення запропонованого комплексу заходів щодо розвитку і реалізації експортного потенціалу України необхідні бюджетні державні асигнування та іноземні інвестиції. Таким чином, ми пропонуємо створити в Миколаївській області, яка вже функціонує в Україні, «Українська Асоціація бізнес-інкубаторів та Інноваційних центрів». Мета асоціації полягає у сприянні практичній реалізації програм розвитку підприємництва шляхом створення й підтримки діяльності бізнес-інкубаторів, технопарків, центрів підтримки підприємництва та інших структур інноваційного типу.

Також, ми вважаємо, що одним з напрямків формування ефективної підприємницької діяльності та експортного потенціалу є вдосконалення відносин власності, форм господарювання й системи економічних відносин. Незалежно від форм власності та господарювання сільськогосподарські підприємства повинні поступово інтегрувати в структури вертикального типу на кооперативній основі. Завдяки кооперативній діяльності вони матимуть можливість одержати ряд переваг починаючи від виробництва і закінчуючи реалізацією своєї продукції. Також кооперація дасть можливість аграрним підприємствам уникнути впливу посередницьких комерційних структур, які нині диктують їм свої умови щодо цінової політики на ринку матеріально-технічних засобів та готової продукції. Таке об'єднання дає можливість отримати значні інвестиції для інноваційної діяльності, оскільки стає більш конкурентоздатним. Кооперативний рух повинен відтворити міжгалузеві відносини між підприємствами на засадах взаємної вигоди і створити на засадах взаємної вигоди і створити ефективний механізм відтворення аграрного виробництва в цілому.

Література

1. Алексеенко Л.М. Економічний тлумачний словник: власність, приватизація, ринок цінних паперів (українсько-англійсько-російський) / Л.М. Алексеенко, В.М. Олексієнко. – Тернопіль : Астон, 2003. – 672 с.
2. Бобров В.Я. Основи ринкової економіки : [підручник] / Бобров В.Я. – К. : Либідь, 1995. – 320 с.
3. Гинзбург А.И. Экономический анализ / Гинзбург А.И. – СПб. : Питер, 2003. – 480 с.
4. Губені Ю.Є. Основи підприємництва та агробізнесу : [навч. посібник] / Губені Ю.Є. – Львів : Українські технології, 2002. – 256 с.
5. Основи конституційного права України / [за ред. Копейчикова В.В.]. – К. : Юрніком, 1997. – 208 с.

Надійшла 05.04.2011

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ТРАКТУВАННЯ СУТНОСТІ СЕГМЕНТАЦІЇ РИНКУ ПРАЦІ

У статті висвітлено окремі результати дослідження трактування сутності сегментаційної моделі ринку праці. Запропоновано авторське бачення сегментів національного ринку праці в координатах інноваційного розвитку.

The separate results of research of interpretation of essence of segmentaciynoy model of labour-market are reflected in the article. Author vision of segments of national labour-market in co-ordinates innovative development is offered.

Ключові слова: ринок праці, сегментація ринку праці, інноваційний розвиток

Вступ

Реформування економіки України супроводжується трансформаційними змінами в системі соціально-трудова відносин, що характеризуються розширенням сфер застосування ринкових механізмів формування, розподілу і використання робочої сили. Наразі, неодмінною умовою досягнення збалансованості розвитку системи сфери зайнятості є реструктуризація ринкової інфраструктури, яка в подальшому сприятиме ослабленню негативної дії елементів стійкості та хаотичності, створюватиме умови для адекватної ринкової економіці поведінки сегментів зайнятого населення.

Разом з тим, реалії українського життя свідчать, що характер та шляхи розбудови національної економіки є іншими, здебільшого неадекватними обраній моделі. Це проявляється в неефективності механізмів державного регулювання, не сформованості та інерційності інституцій цивілізованого ринку, спотворенні соціальних цінностей сучасного суспільства. У зв'язку з цим не дивно, що після нестійкого періоду похваллення, країна, мало інтегрована в світову фінансову систему, опинилася у кризовій ситуації, не стільки через міжнародні потрясіння, скільки через глибинні внутрішні суперечності.

Віддзеркалення нескерованих перетворень економічного буття має проблемний характер функціонування ринку праці як органічної складової національного ринку. Ринок праці є провідним у механізмі створення соціально орієнтованої економіки. Від його дієвості безпосередньо залежить рівень використання праці - найціннішого ресурсу, що в умовах сучасного, спрямованого на інноваційність, виробництва, визначає верхню межу ефективності. Зростання продуктивності праці, з одного боку, формування та розподіл доходів від праці – з іншого, дотримання їх обґрунтованої пропорції є центральною віссю функціонування ринку праці, економічним фундаментом його соціалізації.

Гострота вище наведених проблемних питань актуалізувала об'єктивну необхідність у подальшому цілеспрямованому дослідженні наукових поглядів розвитку та функціонування ринку праці як сегментованого цілого.

Аналіз останніх наукових досліджень та публікацій

Дослідження питань оцінки явищ в царині ринку праці залишається важливою науково-методичною проблемою, вагомий внесок у розв'язанні якої належать напрацювання багатьох видатних зарубіжних вчених, серед яких варто виділити Х. Даманські, Ф. Мішона, Дж. Рубері, Г. Стендінга, Ф. Хайека, М. Фрідмена і таких вітчизняних науковців, зокрема: Д.П. Богині, О.А. Грیشнової, В.І. Герасимчука, Е.М. Лібанової, В.В. Онікієнка, І.Л. Петрової, М.В. Семикіної та ін. Разом з тим у наукових працях, по-перше, не повною мірою враховано специфіку змін на регіональних ринках праці; по-друге, не завжди ефективність рішень ґрунтується на комплексному врахуванні особливостей ринку праці як неоднорідного цілого; по-третє, недостатньо уваги приділено проблемі сегментації ринку праці як закономірного процесу розвитку національного ринку тощо.

Формулювання цілей статті

Метою даної статті є дослідження еволюції наукових поглядів на розвиток та формування сегментованого ринку праці; вивчення та виокремлення, з одного боку, загальних закономірностей проблем сегментації в розрізі окремих категорій населення, а з іншого – української специфіки функціонування сегментованого ринку праці за умов структурних інноваційних змін та виявлення етапів розвитку даних процесів.

Виклад основного матеріалу дослідження

Процес становлення ринку праці в Україні супроводжується посиленням його сегментації. В соціально-економічній структурі працездатного населення відбуваються суттєві зрушення, які трансформують практично однорідну всезагальну зайнятість дореформеного періоду в сегментований ринок праці. Кожний сегмент як зайнятого, так і незайнятого населення відрізняється специфікою свого соціального статусу, економічною поведінкою, гарантіями зайнятості, рівнем та стабільністю доходів, конкурентоспроможністю та захищеністю на ринку праці [3, с.3].

В посиленні сегментації ринку праці на сучасному етапі беруть участь різноманітні фактори, зокрема структурні зміни в економіці, поява альтернативних форм господарювання і власності; спад

виробництва і зниження життєвих стандартів українських громадян. Наслідком дії цих факторів стало значне розшарування населення, загострення проблеми безробіття, зубожіння певних соціальних верств, ускладнення їх становища на ринку праці.

Необхідною умовою для теоретичного обґрунтування та практичного вдосконалення ринку праці є застосування методології класифікаційного та сегментаційного підходів до дослідження ринку праці, оскільки дає змогу різнобічно охарактеризувати його стан, висвітлити соціально-економічне становище кожної групи на ринку праці, прийняти відповідні заходи щодо регулювання та передбачити зміни у майбутньому періоді. Однак, на думку дослідників ринку праці, більш повну картину щодо його розвитку дає сегментація ринку праці.

В економічній літературі до цього часу немає чіткості в трактуванні суті та критеріїв сегментації ринку праці, а також однастайності щодо визначеності її структури. Так, основні критерії, за якими вчені-економісти пропонують виділяти сегменти ринку праці, зводяться до наступного (рис. 1).

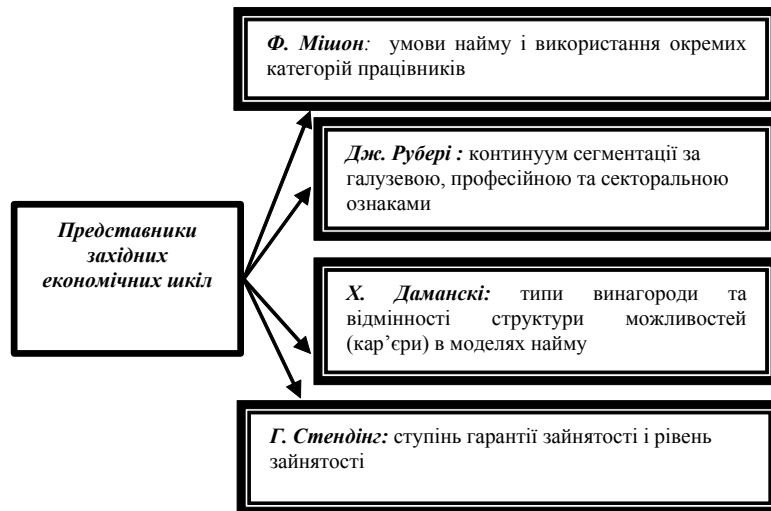


Рис. 1. Критеріальні підходи до сегментації ринку праці

Цікавими є також підходи до сегментації ринку праці, висвітлені в роботах Ж.-Р. Будвіля, Дж. Фрідмена, П. Клеммера, В. Кристаллера та ін. Критерії сегментації ринку праці цими авторами в основному зводяться до етапів розвитку економіки, взаємозв'язків територіального розвитку, використання робочої сили, замкнутості систем регулювання праці (рис. 2) [6]. Дана методика проведення таких класифікацій представлена в роботах М. Шаленко яка, на наш погляд, практично втілює всі підходи західних теорій регіональних ринків праці (нодального району, "центр - периферія", досяжності, сегментації, двоїстого ринку праці) та можливості їх застосування для виділення гіпотетичних регіональних ринків праці в Україні.

Не дійшли до єдиної думки з приводу методичних підходів щодо територіальної сегментації ринку праці й провідні вітчизняні економісти [1; 3; 4]. Розбіжності в поглядах вчених пов'язані з етапами розвитку української економіки (перші дві промислові революції), внаслідок чого сформувалися вузькоспеціалізовані промислові райони (вугільні, хімічні, текстильні), а також отримали пріоритети у розвитку й розміщенні у великих містах такі об'єкти як хімічні, енергетичні, машинобудівні тощо [2].

На сучасному етапі соціально-економічного розвитку просторове розміщення ринку праці в Україні орієнтовано на існуючий ще за часів постсоціалістичної економіки адміністративно-територіальний поділ і деякі вітчизняні дослідники розглядають регіональні ринки праці як окремо взяті економічні райони. Проте, на нашу думку, межі територіальних ринків праці не завжди співпадають з таким поділом. Такої ж думки дотримується М. Шаленко, пояснюючи це більш широкими взаємозв'язками на ринку праці та тим, що ці взаємозв'язки часто виходять за межі адміністративно-територіального поділу. У зв'язку з цим між науковцями впродовж останніх років відбувається полеміка щодо територіального поділу ринку праці та його сегментації.

Зіставлення різноманітних підходів до сегментації ринку праці показує, що за основу даного процесу беруться різні класифікаційні ознаки ринку праці, при цьому сегментація отожднюється з класифікацією. Ми поділяємо думку І. Петрової щодо різності цих понять, яка вважає, що кожна категорія має сенс тоді, коли в основі лежить реальний об'єктивний процес.

Зосередимо увагу на перевагах сегментаційного підходу до ринку праці, з одного боку сегментація виокремлює модифікації основних елементів суті ринку праці, відбиваючи дію як внутрішніх, так і зовнішніх факторів ринкового середовища, а з іншого є складовою стратегії регулювання ринку праці тощо.

Обрані критерії сегментації дозволяють проаналізувати основні моделі поділу ринків праці, широко застосовані у світовій практиці. Серед них розглянемо поділ ринку праці на первинний та вторинний,

внутрішній та зовнішній, формальний та неформальний, який водночас є базовим елементом побудови сегментаційної моделі ринку праці України. Таким чином, закономірністю функціонування українського ринку праці є троїста модель сегментації, де розподілені сегменти, мають специфічні особливості в суттєвих моментах ринкової організації праці.

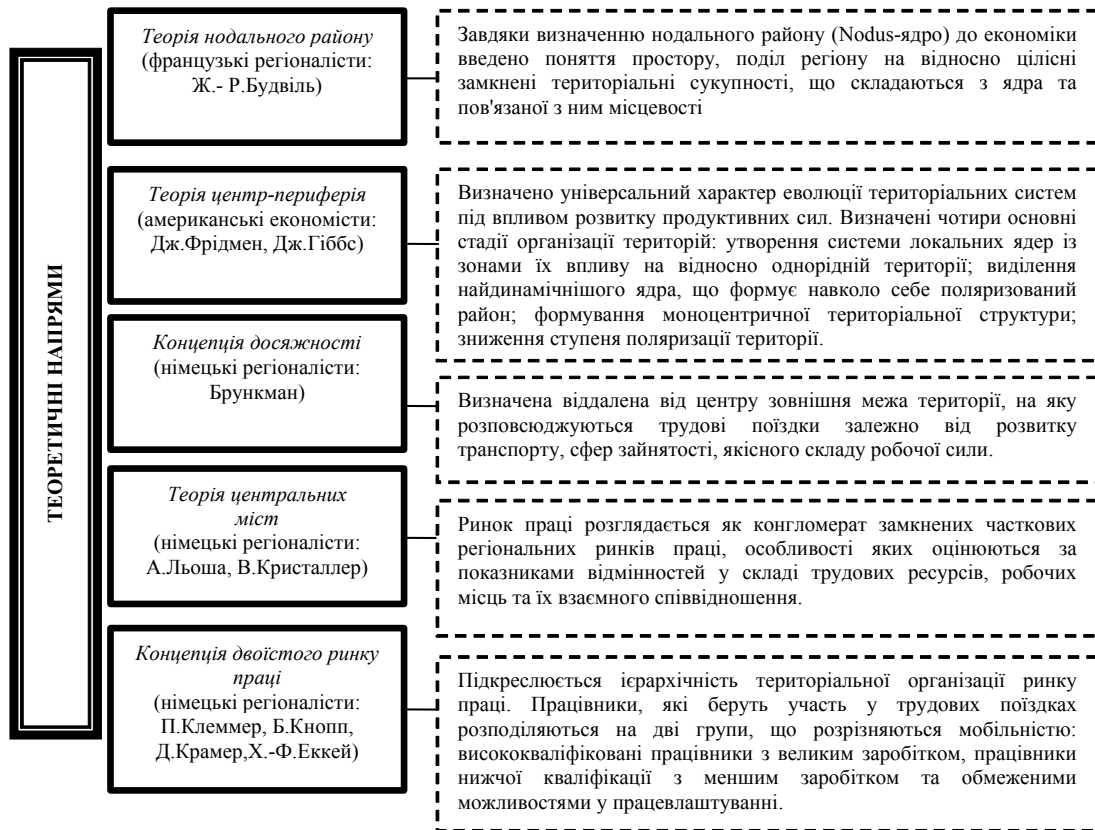


Рис. 2. Теоретичні погляди на сегментування національного ринку праці

Так, перший сектор утворюють зайняті в офіційній (формальній) економіці, які об'єднуються в чотири сегменти:

- Підприємці, менеджери, представники дефіцитних професій, пов'язаних з обслуговуванням ринку: дилери, брокери, ріелтери, аудиторів, працівники банків, страхових та кредитних установ.

- Висококваліфіковані спеціалісти з професій, які користуються попитом у сучасному виробництві. Працівники підприємств що не потерпають від спаду виробництва і здійснюють його техніко-організаційну реконструкцію (різних форм власності). Представники невиробничої сфери з високим попитом на послуги праці (юристи, консультанти, репетитори, викладачі приватних закладів).

- Представники професій різної кваліфікації, різного освітнього рівня, які внаслідок економічної, організаційної, структурної перебудови виявились надлишковими. Весь контингент прихованого безробіття на збиткових державних підприємствах. Представники держсектора сфери послуг, що не мають достатнього фінансування.

- Працівники, які через різні обставини не можуть знайти постійне місце роботи. Маргінальні групи населення: звільнені військовослужбовці, випускники шкіл, технікумів, жінки, що перебували вдома по догляду за дитиною, пенсіонери, особи з фізичними і розумовими вадами, безробітні.

Другий сектор – зайняті одночасно в офіційній та неофіційній (на засадах вторинної зайнятості) економіці складається з двох категорій:

- Працівники, які через неможливість існування на догоду тільки від офіційної зайнятості але не відмовляючись від неї, підробляють у неформальній сфері.

- Працівники, які використовують свої посади в офіційній економіці для одержання нелегальних доходів та привілеїв.

Третій сектор – зайняті в неофіційній економіці утворюють сегмент зайнятих доходним нелегальним бізнесом переважно кримінального характеру та сегмент представників різних видів самозайнятості населення: від вирощування продукції на продаж до валютних махінацій і «човникового» бізнесу тощо.

Слід зауважити, що стрімкий розвиток ринкової економіки у XXI ст. призвів до поглиблення диференціації ринку праці. Різноманіття відбувається по горизонталі за рахунок появи нових ознак

диференціації і по вертикалі внаслідок поглиблення відмінностей у межах кожної специфічної групи. Разом із тим чинники диференціації діють комплексно, викликаючи, по-перше, схожі видозміни в межах різних груп ринку праці, по-друге, появу нових якостей учасників ринку праці, які не можна пояснити на основі дії будь-якого окремого чинника. Сукупність специфічних особливостей соціального становища та економічної поведінки певних категорій ринку праці виокремлює їх в окремі сегменти. Цей процес лежить в основі сегментації ринку праці, властивому для економіки України, яка здійснює перехід до багатоваріантних форм використання праці.

У контексті перспектив переходу України до інноваційної моделі розвитку обумовив цілу низку досліджень М. Семикіної про необхідність виокремлення інноваційного потенціалу суспільства, який охоплює його сукупну здатність до ефективної інноваційної діяльності [5, с. 16].

З позицій урахування творчої компоненти ми пропонуємо за доцільне виділити ще один сегмент моделі українського ринку праці, основними підсистемами якого будуть такі:

- Інноваційний сегмент – сектор працездатного населення, трудова діяльність якого являє собою особливого роду специфічну працю по створенню й поширенню нововведень, в основі якої лежать продуктивні творчі фактори діяльності людини. Професійні знання, кваліфікація, творчий потенціал представників цього сектору роблять їх власниками трудодефіцитних ресурсів на ринку праці враховуючи те, що в умовах інноваційних змін розвиток творчих здібностей, інтелекту і освіченості є найбільш цінним капіталом тощо.

- Традиційний сегмент – сектор працездатного населення, трудова діяльність якого являє собою монотонну, не різноманітну, без особливої можливості ініціативності, самостійності займатися цікавою творчою працею. До базових факторів мотивації для представників цього сектору є праця інструментальною цінністю, а саме джерело коштів для існування.

Отже, справедливо можна вважати, що інноваційний сегмент зайнятого населення є одночасно виробником та споживачем матеріальних благ, чим забезпечує загальний баланс пропозиції попиту та формує базу розширеного суспільного відтворення.

Висновки

Розглянуті в дослідженні критеріальні підходи сегментованого ринку праці дозволили розподілити класифікаційні ознаки на два типи. До першого з них належать ознаки соціально-економічної поведінки представників кожної класифікаційної групи, а саме: особливості форми і умов зайнятості, організації та координації праці, утворення і розподілу доходів, ступінь захищеності та адаптованість на ринку праці тощо. Ознаки другого типу (професійно-кваліфікаційні, галузеві, регіональні) необхідні для опису сегментів як суб'єктів ринку праці, проте не можуть використовуватись як критерії сегментації, оскільки не встановлюють соціально-економічних розбіжностей в ринковому середовищі.

Внаслідок цих розбіжностей певні соціально-економічні групи населення, віднесені до одного сектору, можуть утворювати різні сегменти ринку праці. За таких умов виникла об'єктивна необхідність у доопрацюванні складових національної моделі сегментованого ринку праці. Вплив високотехнологічних інноваційних зрушень на неоднорідність розвитку економіки обумовили виникнення інноваційного та традиційного сегментів ринку праці.

Проведений аналіз еволюції становлення та розвитку наукової думки сегментації не вичерпує можливостей подальшого дослідження ринку праці як сегментованого цілого. В наступних роботах доцільно зосередити увагу на закономірностях розвитку сегментованого ринку праці в умовах інноваційних змін, своєчасному врахуванні їх в розробці та реалізації соціально-економічної політики.

Література

1. Долішній М. Проблеми ринку праці: потенціал науки в регіональних інтересах управління / М. Долішній, І. Садова, Л. Семів // Регіональна економіка. – 2000. – № 1. – С. 76–82.
2. Дробиш Л. В. Регулювання ринку праці на регіональному рівні / Л.В.Дробиш // Розширення ринку праці в центральному економічному регіоні України : матеріали Республік. наук.-практ. конф., (Кіровоград, 11-12 листопада 2002 р.). – Кіровоград : КДТУ, 2002. – С. 36–39.
3. Петрова І. Л. Сегментація ринку праці: теорія і практика регулювання : [монографія] / Петрова І. Л. – К. : Ін-т економіки, управління та господарського права, 1997. – 298 с.
4. Стеченко Д. М. Управління регіональним розвитком : [навч. посіб.] / Стеченко Д. М. – К. : Вища шк., 2000. – 233 с.
5. Трудовий потенціал Кіровоградської області: стан та перспективи розвитку : [колективна монографія / за ред. М.В. Семикіної]. – Кіровоград : ВАТ «Кіровоградське видавництво», 2008. – 304 с.
6. Шаленко М. Концепція територіальної сегментації ринку праці України та її практичне використання / М. Шаленко // Економіка України. – 1994. – № 7. – С. 31–38.

Надійшла 05.04.2011

ВПЛИВ ПОДАТКОВОГО КОНТРОЛЮ НА ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ РЕГІОНУ

Обґрунтовано необхідність податкового контролю в забезпеченні своєчасності та повноти надходжень податків до бюджету, що сприяє виконанню державними органами влади функцій щодо забезпечення економічної безпеки, визначено групи загроз економічній безпеці, які можливо зменшити посиленням податкового контролю, запропоновано шляхи вдосконалення податкового контролю.

Tax control provides a timeliness and plenitude of receipts of taxes in a budget, that is instrumental in implementation the public organs of power of functions of providing of economic safety, the groups of threats of economic safety, which it is possible to avoid or decrease by tax control, are certain, the ways of perfection of tax control are offered.

Ключові слова: податковий контроль, економічна безпека, загрози, податки, пільги.

Вступ. Забезпечення економічної безпеки входить до складу основних функцій держави і залежить від існуючих внутрішніх і зовнішніх умов. Економічна безпека виражається не тільки в захищеності національних інтересів держави, але і в готовності і здатності інститутів влади створювати механізми захисту національних інтересів розвитку економіки, підтримки соціально-політичної стабільності суспільства. Вона є складовою стратегії національної безпеки України, затвердженої указом президента (№ 105/2007 від 12.02.07р.). Загрози економічній безпеці є різноплановими, зумовленими зовнішніми і внутрішніми чинниками. Причому для різних суб'єктів один і той же чинник може мати різне спрямування. Так, для господарського суб'єкта зміна податкового законодавства є зовнішнім чинником і збільшення податкового навантаження є загрозою його економічній безпеці. Для держави навпаки цей чинник є внутрішнім, а посилення податкового навантаження на суб'єктів господарювання посилює економічну безпеку. Тому вирішення проблеми узгодженості оподаткування з економічною безпекою є актуальним і потребує дослідження.

Питання економічної безпеки держави та суб'єктів підприємницької діяльності розглянуто у працях вітчизняних та російських учених: Бурбелі О.А., Пекіна А.Ю., Ляшенко О.М., Бичкової О., Сенчагова В.К. та ін. В цих працях знайшли відображення визначення економічної безпеки, класифікація існуючих загроз, оцінювання ризиків, способи їх уникнення. Дослідженню проблем оподаткування та податкового менеджменту присвячені праці Іванова Ю.Б., Крисоватого А.І., Кизима А.Ю., Буряковського В.В. Відзначаючи позитивне значення їх досліджень в розв'язанні досліджуваних проблем, ці розробки не позбавлені і деяких недоліків. До них, зокрема, слід віднести відсутність єдиної методологічної основи визначення зв'язку оподаткування та економічної безпеки.

Метою статті є розробка підходів до визначення впливу податкового контролю на економічну безпеку регіону.

Основний розділ. Діяльність регіональних органів влади має бути спрямована на локалізацію вірогідних загроз економічній безпеці. Такі загрози поєднано у групи, що представлено в табл. 1.

Однією з головних причин, що викликають виникнення вище перелічених погроз, є фінансова дестабілізація економіки, що виражена в нестійкості фінансового положення більшості суб'єктів господарювання, несприятливому інвестиційному кліматі, інфляційних процесах. Фінансова безпека держави виступає одним з найважливіших елементів економічної безпеки.

Для забезпечення фінансової безпеки необхідне створення таких умов функціонування фінансової системи, за яких практично виключається можливість зловживання фінансовими коштами і переорієнтації фінансових потоків в незакріплені законодавством сфери їх використання. При цьому економічні відносини мають забезпечувати можливість концентрації державних фінансових потоків в обсягах, необхідних для виконання покладених на державу завдань і функцій. Основними загрозами фінансовій безпеці виступають нестійкість фінансової системи, слабкий розвиток інфраструктури фондового ринку, зростання внутрішнього і зовнішнього боргу, криза інвестиційної сфери, низька ефективність бюджетно-податкової системи, дисбаланс в динаміці макроекономічних показників.

У зв'язку з тим, що основним фінансовим ресурсом держави є податкові доходи, на рівень фінансової і економічної безпеки безпосередньо впливає механізм мобілізації фінансових ресурсів в розпорядження держави, ефективність і стійкість функціонування податкової системи, дієвість податкової політики і податкового контролю. Податки для держави виступають не тільки як ресурсний чинник і інструмент впливу на економічні і соціальні процеси, тобто є чинником забезпечення економічної безпеки, але і відображають залежність держави від окремих платників податків і територій, що є причиною посилення погроз безпеці.

Одним з найважливіших критеріїв, що характеризують стан фінансової стійкості країни і її окремих регіонів, є рівень збирання податків. Показник збирання податків відображає ефективність функціонування всієї податкової системи і, зокрема, податкових органів та інших органів влади і управління у сфері оподаткування. В забезпеченні фінансової безпеки виникає проблема визначення безпечного рівня збирання

податків, в межах якого державні органи мають можливість акумулювати в своїх руках необхідний обсяг фінансових ресурсів і своєчасно реагувати на виникаючі погрози безпеці. В даний час такий рівень не визначено. При розробці цього показника доцільно враховувати не тільки загальний рівень збирання податків, але і рівень по конкретних їх видах.

Таблиця 1

Класифікація загроз економічній безпеці

Групи загроз	Характеристика загроз
Соціальні	Збільшення майнової диференціації населення і підвищення рівня бідності, що виражається в різкому розшаруванні суспільства з переважанням мас бідного населення, зростанні безробіття, затримках виплати заробітної плати і, відповідно, підвищенні ризику соціальних конфліктів.
Структурні	Нераціональність структури економіки яка зумовлена спрямованістю економіки на первинну переробку сировини, неконкурентоспроможністю вітчизняної продукції, згортанням виробництва найбільш важливих галузей промисловості, підривом науково-технічного потенціалу, проникненням іноземних фірм на внутрішній ринок з метою витіснення вітчизняної продукції, зростанням зовнішнього боргу і відповідним збільшенням бюджетних витрат на його погашення.
Регіональні	Відмінності в рівні соціально-економічного розвитку регіонів, наявність економічно депресивних, кризових і відсталих районів, порушення виробничо-технологічних зв'язків між господарюючими суб'єктами окремих регіонів і істотний розрив в рівні виробництва національного доходу на душу населення між окремими регіонами.
Кримінальні	Тіньовий сектор економіки, зловживання, що зумовлені послабленням системи державного контролю.

Фінансовий стан господарюючих суб'єктів є основним чинником, що формує базу оподаткування. В даний час можна говорити про фінансову кризу підприємств, яка виражається в значній кількості збиткових, неплатоспроможних підприємств, значних масштабах розкрадань фінансових ресурсів, нецільовому використанні бюджетних коштів, свідомому спотворенні обліку для виведення фінансових ресурсів з-під податкового контролю. Падіння прибутковості і рентабельності виробництва викликає дестабілізацію податкової системи. Потенційною базою оподаткування є тіньовий сектор економіки В таких умовах дієва система податкового контролю грає провідну роль в забезпеченні економічної безпеки.

Податковий контроль як одна з основних функцій держави, сприяє успішній реалізації податкової політики, підвищенню рівня збирання податків в бюджетну систему, допомагає розкрити порушення податкової дисципліни. Ефективність здійснення податкового контролю багато в чому визначає рівень фінансової безпеки, достатність коштів в бюджеті дає можливість органам влади і управління здійснювати заходи щодо нейтралізації погроз безпеці.

Для здійснення податкового контролю функціонує ряд спеціалізованих органів, сферою діяльності яких є оподаткування. Контролюючими органами є органи державної податкової служби щодо податків, які направляється до бюджетів та державних цільових фондів, та митні органи.

Податковий кодекс України визначає способи здійснення податкового контролю. Це ведення обліку платників податку, інформаційно-аналітичне забезпечення діяльності органів державної податкової служби, перевірки та звірки. Відповідно до Податкового кодексу органи державної податкової служби мають право проводити камеральні, документальні (планові або позапланові; виїзні або невиїзні) та фактичні перевірки. Камеральна перевірка проводиться виключно на підставі даних, зазначених у податкових деклараціях (розрахунках) платника податків. Камеральна перевірка податкових декларацій і розрахунків здійснюється безпосередньо у державній податковій інспекції. Метою проведення камеральної перевірки податкової звітності є виявлення та упередження на першому етапі можливих порушень податкового законодавства за рахунок застосування окремих методів контролю та аналізу діяльності суб'єктів господарювання. Якість камерального контролю забезпечує ефективність документального контролю, оскільки за наслідками камерального аналізу здійснюється відбір платників податків, до яких для проведення перевірки на місці виїжджають працівники податкових органів. Основними завданнями камеральної перевірки є:

- перевірка своєчасності надання звітності до органу ДПС; логічний контроль (перевірка логічного зв'язку між окремими звітними і розрахунковими показниками, порівняння звітних показників з показниками попереднього звітного періоду);
- перевірка обґрунтованості застосування ставок податку і податкових пільг, правильності відображення показників, необхідних для обчислення бази оподаткування (виявлення методологічних помилок);
- перевірка узгодженості показників, що повторюються в податкових деклараціях і розрахунках;

– співставлення даних податкової звітності з ПДВ з інформацією, отриманою від митних органів та інших джерел;

– попередня оцінка податкових декларацій і розрахунків щодо достовірності окремих звітних показників, наявності сумнівних фактів або невідповідностей, що вказують на можливі порушення податкового законодавства.

За результатами камеральної перевірки здійснюється цілеспрямований відбір платників податків для проведення виїзних перевірок, які підвищують ефективність податкового контролю. Жодна виїзна перевірка не повинна закінчуватися нульовим результатом, за винятком перевірки платників податків, що проходять процедуру ліквідації.

В даний час широкого розповсюдження набула проблема «легального» зловживання податковим законодавством та податкових злочинів. Під легітимним відходом від податків розуміються специфічні форми планування господарської діяльності, найму робочої сили або розміщення фінансових коштів платника податків з метою максимального зниження виникаючих при цьому податкових зобов'язань за рахунок застосування різних пільг. Для багатьох платників податків економія на податкових платежах стала джерелом додаткового фінансування і чинником, що підвищує конкурентоспроможність їх продукції. Схеми і методи скоєння податкових злочинів набувають все більш складного для їх виявлення і припинення характеру. Найчастіше на території регіонів здійснюються податкові правопорушення, пов'язані з незаконним відшкодуванням ПДВ з бюджету, використанням конвертаційних центрів, наданням «нульових» балансів, не віддзеркаленням фінансово-господарських операцій в бухгалтерському обліку, приховуванням факту фінансово-господарської діяльності, порушенням черговості платежів. Вони нерідко зв'язані зі скоєнням тяжких злочинів і відмиванням доходів від злочинної діяльності.

У зв'язку з вищевикладеним виявляється необхідність підвищення ефективності податкового контролю для забезпечення фінансової і економічної безпеки. Одним зі способів підвищення ефективності є подальше скорочення кількості податків, а також існуючих податкових пільг. Причому з податкового законодавства необхідно виключити пільги, які можуть застосовувати тільки обмежений круг платників податків у зв'язку з якими-небудь особливими характеристиками і які використовуються в схемах ухилення від сплати податків. Уникнути використання схем незаконного відшкодування ПДВ з бюджету, зокрема, можливо при введенні нової системи адміністрування ПДВ шляхом автоматичного відшкодування ПДВ без впливу людського фактора. Дана система, з одного боку, спростить повернення ПДВ добросовісним експортерам і, з іншого – зведе до мінімуму зацікавленість недобросовісних платників податків у використанні підставних фірм. При цьому буде виключена вірогідність повернення ПДВ при його фактичній відсутності в бюджеті і з'явиться гарантія стягнення податку і його надходження до бюджету.

Оскільки ухилення від сплати податків зумовлені економічними причинами, діяльність контролюючих органів з виведення господарюючих суб'єктів з тіньового сектора повинна бути заснована на економічних мотивах. Необхідне створення таких умов, щоб ризики при здійсненні діяльності в рамках тіньової економіки були високими і не покривалися прибутком від ухилення від сплати податків, а максимальна норма прибутку досягалася тільки у легальному секторі економіки.

Висновки. Вище викладене свідчить про залежність обсягу податкових надходжень до бюджету, які забезпечують економічну безпеку регіону, від податкового контролю. Налагоджений податковий контроль забезпечує своєчасне нарахування та сплату податків, запобігає уникненню платників податків від їхньої сплати, сприяє усуненню криміногенних ризиків в оподаткуванні. Подальші дослідження можуть бути спрямовані на визначення показника збирання податків, розмірів податкового навантаження та його впливу на економічну безпеку господарюючого суб'єкта.

Література

1. Податковий кодекс України : кн. 12(18). – К. : Юрінком Інтер, 2010. – 495 с. – (Бібліотека платника податків).
2. Бичкова Е. Налоговый контроль совершенствуется [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nalog.east-siberia.ru/be070604.htm>.
3. Экономическая безопасность: Производство – Финансы – Банки / [под ред. В. К. Сенчагова]. – М. : ЗАО «Финстатинформ», 1998. – 621 с.

Надійшла 05.04.2011

СИСТЕМНАЯ МОДЕЛЬ ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА НА ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ СТРАН

Данное исследование посвящено построению системной динамической модели взаимозависимости факторов развития человеческого капитала и экономического роста стран. На основе эмпирических исследований создана теоретическая модель взаимозависимости факторов образования и экономического роста стран. Используя модели регрессии, оценено влияние выделенных факторов на экономический рост, проведено тестирование моделей и остатков на адекватность.

This research is devoted to constructing a system dynamic model of interdependent factors, humane capitale and economic growth of countries. Based on empirical research established a theoretical model of the interdependence of the factors of education and economic growth of countries. Using the regression model, the estimated impact of selected factors on economic growth, tested the models and the errors of the adequacy.

Ключевые слова. экономический рост, системная динамика, эконометрическое моделирование, модель Кобба-Дугласа, затраты на образование, охват образованием.

Актуальность темы исследования. Подходы системной динамики позволяют оценить не только влияние факторов на результирующий показатель, но и позволяют выявить взаимозависимости внутри системы. Именно такого рода модели в настоящее время приобретают всю большую актуальности и требуют детального анализа. Экономический рост как макроэкономический показатель, характеризующий эффективность развития как отдельных стран и регионов, так и всего мира, требует четкого механизма регулирования и, соответственно, определения рычагов влияния на динамику развития. В особенности, на современном этапе развития мировой экономики, проблемы управления макроэкономическими системами и учет разнообразных факторов, требующих повышенного внимания, заставляет экономистов всего мира пересматривать существующие модели с целью прогнозирования развития мировой экономики.

Постановка проблемы исследования. Взаимозависимости, возникающие при оценке влияние независимых переменных на экономический рост, требуют детального исследования и подтверждения на основе эконометрических моделей с учетом тенденций развития стран и соответственно показателей характеризующих их экономическое и социальное состояние. На основе эмпирических исследований были определены основные факторы развития человеческого капитала, способные оказывать существенное, с точки зрения системного моделирования, влияние на экономический рост. Тенденции современного экономического развития стран требуют построения эконометрической модели, способной подтвердить или опровергнуть данные предположения.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросы исследования влияния человеческого капитала на экономическое состояние страны и его экономический рост интересовали ученых еще в XVII-XVIII веке, существенно повышая значение человека в развитии экономики страны, что прослеживается в работах Уильяма Петти, Адама Смита, Карла Маркса. Современные ученые экономисты, такие как Р.М. Нуреев, Г. Беккер, дают расширенное теоретическое обоснование данной проблеме, а Д.В. Лии, С. Гоитц, Д. Ху, Д. Астерио, Г.М. Агиомиргианакис, И.Л. Гласер, И.Н. Вульф, П. Калаитзидакис, Т.П. Мамунеас, А. Саввидес, Т. Стэнгос, Т.К. Лин, К. Папагеогиу, Г. Ренис, Ф. Стюарт, А. Рамирес и другие, дают практическое обоснование теоретическому выкладком на реальные статистические данные. Именно на базе этих моделей и была сконструирована системная динамическая модель влияния образования на экономический рост стран.

Целью данной работы является построение системной модели влияния факторов развития человеческого капитала на экономический рост стран.

Задачи исследования:

- на основе эмпирических исследований построить теоретическую модель взаимозависимости факторов развития человеческого капитала и экономического роста стран;
- используя модели регрессии построить петлю обратной связи и оценить влияние расходов на образование на охват образованием в разных странах;
- провести тестирование моделей и остатков на адекватность.

Изложение основного материала. Определяя понятие человеческого капитала, необходимо выделить два его главных аспекта: человеческий капитал как запас имеющихся у человека знаний, навыков, мотивации, опыта, здоровья, влияющих на производительность труда и способствующих росту его доходов; человеческий капитал как поток доходов, обеспечивающий их более высокий уровень при вложении инвестиций в собственное развитие. Согласно обобщающему подходу Р.М. Нуреева [1], человеческий капитал представляет собой совокупность всех качеств работника, которые могут быть использованы в процессе производства, такие как приобретенные знания, навыки, опыт, мотивация, энергия, выносливость и общие параметры здоровья.

Описывая инвестиции в человеческий капитал, выделяется несколько основных их форм: образование, здравоохранение, воспитание, культура, спорт, а также весь дополнительный комплекс мер, связанных с подготовкой человека к производственному процессу (поиск информации, трудовая миграция, переквалификация и др.) (рис. 1).

Современные тенденции, связанное со стремлением интенсифицировать производственные процессы при помощи повышения производительности труда и связанные с этим повышение инвестиционной привлекательности именно человеческого капитала, требуют глубокого исторического анализа для определения сути данных процессов. Рассматривая человеческий капитал, как совокупность статистических показателей необходимо выделить основные классификационные признаки и в разрезе существующих исследований данной проблемы, определить основные индикаторы. Образование является основополагающим фактором человеческого капитала, оказывающего существенное влияние на экономический рост государства.

Оценивая сегмент образования в динамике системы экономического роста, необходимо выделить три фактора оказывающие существенное влияние на динамику его изменения:

1. Уровень грамотности (представляет собой процент населения в возрасте старше 15 лет, которые могут читать и писать короткие простые предложения о своей повседневной жизни).

2. Уровень среднего и высшего образования.

- Ожидаемое количество лет обучения (для детей – количество лет обучения в школе, для детей школьного возраста, с учетом того, что возрастные коэффициенты охвата должны оставаться такими же на протяжении всей жизни ребенка).

- Среднее количество лет обучения (для взрослых – среднее количество лет обучения людей в возрасте старше 25 лет в течение своей жизни в соответствии с учетом достижений в сфере образования в стране, на основе теоретической продолжительности каждого уровня образования).

- Охват образованием населения обоих полов (количество заявок на участие в данном уровне образования, независимо от возраста, выраженное в процентах от официальной численности населения школьного возраста на тот же уровень образования).

3. Государственное финансирование образования.

Анализируя зависимость согласно подходу системной динамики необходимо определить взаимосвязь между уровнем и качеством жизни как соподчиненную, выделив обобщающий показатель продолжительность и качество жизни населения, который, в свою очередь, будет зависеть от возрастного состава населения и общей смертности населения (рис. 1).

Согласно проведенному анализу, государственное финансирование как образования, так и здравоохранения имеет обратную детерминированную зависимость от экономического роста, что позволило определить динамику петли обратной связи от экономического роста, через финансирование на соподчиненные показатели. Анализ показателя уровня финансирования образования показал четкую функциональную зависимость между расходами на образование, согласно ППС в ценах 2008 года в долл. США, и совокупным валовым коэффициентом охвата образованием (обоих полов) (см. табл.1).

Для анализа данных параметров использовались динамические ряды, охватывающие 25-летний временной горизонт и выборку из всех стран, имеющих на данный момент необходимые для анализа данные. В таблице 1 представлены результаты проведенного анализа, на основе статистических данных Программы развития ООН [3].

Первоначальный анализ диаграмм рассеивания показал невозможность использования линейных моделей для исходных данных, т.к. во всех случаях зависимость между показателями имела нелинейный характер, в большинстве случаев – экспоненциальный. Одним из подходов, к исследованию такого рода данных, является преобразование переменных посредством использования обратной ($1/X$), логарифмической ($\log(X)$, $\ln(X)$), квадратного корня (\sqrt{X}) или квадратной (X^2) функций [2, С.283]. Для анализируемых данных наибольшее значение величины достоверности аппроксимации R^2 получалось при преобразовании данных при помощи логарифмической функции ($\ln(X)$), в соответствии с чем уравнение, определяющее зависимость между независимыми переменными и зависимой – экономическим ростом, имеет вид:

$$\ln(Y) = f(\ln(X)). \quad (1)$$

Соответственно, для исходных данных возможно использование модели продукции Кобба-Дугласа, согласно которой можно оценить или спрогнозировать тенденции изменения объемов продукции в натуральном или денежном выражении:

$$\hat{Q} = \hat{b}_0 X_1^{\hat{b}_1} X_2^{\hat{b}_2}, \quad (2)$$

где \hat{Q} – экономический рост (ВВП на душу населения);

X_1, X_2 – факторы, влияющий на экономический рост;

$\hat{b}_0, \hat{b}_1, \hat{b}_2$ – расчетные параметры модели.

Согласно модели продукции Кобба-Дугласа для нахождения параметров $\hat{b}_0, \hat{b}_1, \hat{b}_2$ необходимо прологарифмировать зависимую и независимые переменные согласно формуле 1. Для однофакторной модели регрессии данная формула будет иметь вид:

$$Y = \hat{b}_0 + \hat{b}_1 \cdot X_1 \quad (3)$$

В результате вышеописанных итераций полученная степенная функция будет иметь следующий вид:

$$\hat{Q} = e^{\hat{b}_0} \cdot X_1^{\hat{b}_1} \quad (4)$$

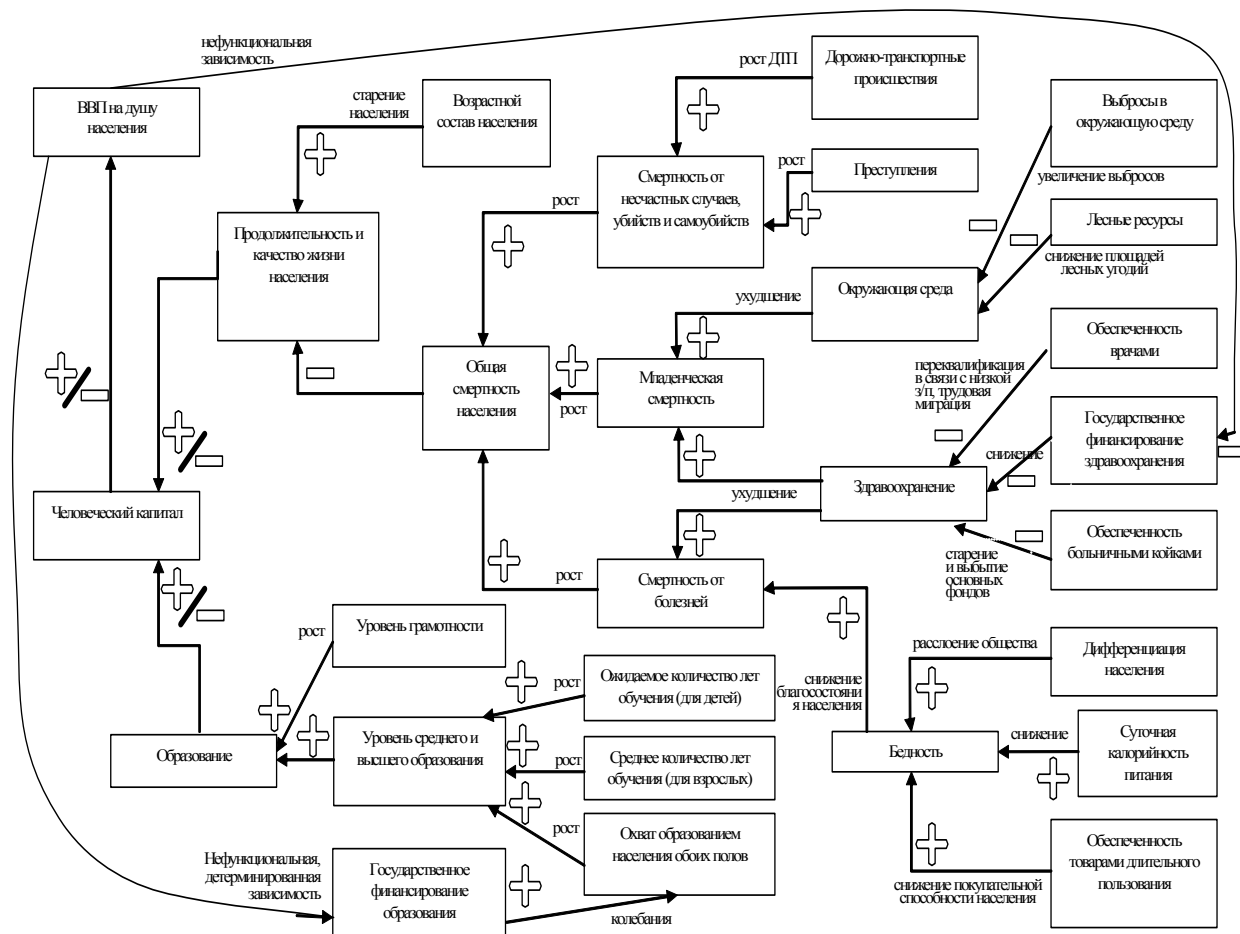


Рис. 1. Системная модель влияния факторов развития человеческого капитала на экономический рост стран

В таблице 1 вторым уравнением в столбце 8 представлены рассчитанные согласно формуле 4 функции.

В столбце 2 таблицы 1 представлены выборочные периоды, за которые проводился анализ. Для релевантности оценок выбраны одинаковые 5летние интервалы, начиная с 1980 года до 2005. В столбце 3 приводится количество в выборке стран на начало анализа и (через дробь) на конец, и колеблется от 88 до 132. Количество стран в выборке определяется исключительно наличием статистических показателей на дату анализа. Четвертый столбец представляет многомерный коэффициент корреляции (множественный R), определяющий силу линейной зависимости, существующей между двумя переменными в случае с однофакторной моделью регрессии или характеризующий корреляцию между зависимой переменной Y и прогнозом \hat{Y} для многомерных моделей регрессии. В анализируемых данных все коэффициенты корреляции имеют положительный знак, что свидетельствует об однозначной положительной корреляционной зависимости. Т.е. в странах, где финансирование образования ниже, совокупный коэффициент охвата образованием также меньше. Значения коэффициента корреляции в среднем находятся в пределах от 0,72 до 0,80, что говорит о достаточно сильной зависимости между переменными, в особенности учитывая тот факт, что анализируемые данные являются макроэкономическими показателями.

Таблиця 1

Оценка петли обратной связи влияния объема расходов на образование на совокупный валовой коэффициент охвата образованием (обоих полов)

Независимые переменные	t	n	r*	R ² *	p*	F*	Уравнение*	T1	T2	T3	T4
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Расходы на образование, согласно ППС в ценах 2008 года в долл.США	2005	103/101	0,80	64%	0	0	$3,48+0,14X_1$ $32,6*X_1^{0,14}$	Буркина Фасо, Джибути	+	+	+
	2000	105/104	0,77	59%	0	0	$3,36+0,16X_1$ $28,7*X_1^{0,16}$	Джибути	+	+	+
	1995	132/124	0,72	52%	0	0	$3,47+0,13X_1$ $32,2*X_1^{0,13}$	Чад, Гвинея, Судан, Бурунди, Буркина Фасо, Мали, Эфиопия, Нигер	+	+	+
	1990	132/122	0,80	64%	0	0	$3,3+0,16X_1$ $27,1*X_1^{0,16}$	Буркина Фасо, Нигер, Джибути, Эфиопия, Гвинея, Ангола, Судан, Мавритания, Саудовская Аравия, Сенегал,	+	+	+
	1985	102/94	0,75	56%	0	0	$3,46+0,12X_1$ $31,7*X_1^{0,12}$	Буркина Фасо, Мали, Гвинея, Судан, Эфиопия, Пакистан, Бурунди, Саудовская Аравия	+	+	+
	1980	99/88	0,77	59%	0	0	$3,31+0,14X_1$ $27,4*X_1^{0,14}$	Буркина Фасо, Нигер, Бурунди, Мали, Мавритания, Судан, Оман, Пакистан, Саудовская Аравия, Либерия, Папуа Новая Гвинея	+	+	+

* В таблице приведены округленные данные для простоты и наглядности анализа. При расчетах автором округления не проводились.

Коэффициент детерминации (R^2), рассчитанный в столбце 5, отражает долю изменчивости Y , которую можно объяснить с помощью анализа данных изменчивости (разница значений) независимой переменной Y . Для анализируемых данных, представленных в таблице 1, коэффициент детерминации в среднем колеблется около 52-64%, что позволяет говорить о том, что каждая независимая переменная в однофакторном линейном уравнении регрессии объясняет более 50% изменений зависимой переменной (коэффициент охвата образованием). А остальные 50% изменчивости этого коэффициента нельзя объяснить данной переменной.

Шестой и седьмой столбцы – это р-значение и значимость F соответственно для данных уравнений регрессии, в соответствии с которыми на основании проверки гипотез проверяется некоторое утверждение о ней. Р-значение, рассчитываемое при проведении теста t-Стьюдента, представляет собой вероятность получить значение, не меньшее значения выборочной статистики, т.е. наименьшее значение уровня значимости критерия, для которого наблюдаемая в критерии статистика ведет к отказу от гипотезы H_0 . При этом выбранный уровень значимости определяется на 5% уровне (р-значение $\leq 5\%$) и гипотеза H_0 отвергается, если р-значение $\leq 5\%$. Выдвигаемая гипотеза H_0 , при исследовании структурных параметров модели основывается на том, что параметр β_1 несущественно отличен от 0 и переменная X несущественно влияет на зависимую переменную Y .

Дисперсионный анализ, позволяющий определить при разложении общей вариации Y (SST) на объясненную (SSR) и необъясненную (SSE) части, используется для проверки значимости регрессии. В однофакторной линейной модели регрессии при наличии одной независимой переменной значение F эквивалентно двухстороннему t-критерию проверки гипотезы о равенстве нулю углового коэффициента. Соответственно значимость F равна р-значению. Для многомерных моделей регрессии, F-критерий определяет значимость всех переменных X вместе взятых, т.е. при гипотезе H_0 все переменные или часть из них несущественно влияют на зависимую переменную Y , либо равны 0, а значимость F устанавливается на уровне 5% (значимость $F \leq 5\%$), т.е. при значимости $F \leq 5\%$, гипотеза H_0 отвергается. Для анализируемой переменной, р-значение и значимость F близки к 0, т.е. $\leq 5\%$, соответственно параметр β_1 является существенным при уровне достоверности в 5%.

В столбцах 9-12 представлен анализ остатков, проведенный с целью верификации принципов метода наименьших квадратов, используемого для построения модели регрессии. Верификация проводилась на основании остатков, полученных в результате построения эконометрической модели. При невыполнении условий параметры утрачивают некоторые особенности, что требует их перерасчета, использования другого метода расчета, либо изменения модели. Для верификации модели используются стандартные остатки

определяемые как $e = \frac{Y - \hat{Y}}{S}$. В столбце 9 представлен первый тест верификации – тест «Кинг-Конга»,

позволяющий определить, есть ли среди стандартных остатков отстающие (находящиеся за пределами [-3;3]). Согласно условием этого теста, если количество отстающих менее 10% от выборки, их необходимо удалить из исходных данных. В столбце 9 представлены страны, которые были удалены из выборки в соответствии с этим тестом. Следующим тестом, представленным в столбце 10, был тест на нормальное распределение стандартных остатков, чаще всего проводимый в том случае, если выборка насчитывает менее 30 элементов. Проведенный анализ показал, что стандартные остатки во все временные периоды

имеют нормальное распределение. Третий тест, представленный в столбце 11, позволил сделать вывод о независимости остатков, т.е. об отсутствии в стандартных остатках автокорреляции. Во всех случаях коэффициент автокорреляции был близким к 0, что свидетельствует о независимости данных в выборке. Четвертый тест – постоянства дисперсии остатков или тест гомоскедастичности – представлен в 12 столбце. По всем четырем переменным за все анализируемые периоды разброс генеральной совокупности точек данных относительно регрессионной прямой остается постоянным везде вдоль этой прямой, т.е. стандартные остатки являются гомоскедастичными.

В анализируемых уравнениях нельзя выявить тенденций к росту или снижению угла наклона в результате динамических изменений, что позволяет говорить о несущественных стабильных колебаниях в рамках некой зависимости. При этом во всех моделях параметр \hat{b}_1 меньше 1, что свидетельствует о слабой эластичности двух переменных, т.к. изменение одной переменной на 1 ед. вызывает изменение меньшее, чем на 1 единицу другой переменной. Критическим показателем изменения совокупного валового коэффициента охвата образованием являются расходы на образование на человека в размере 700 дол. США, что позволяет достичь 70–80% охвата образованием.

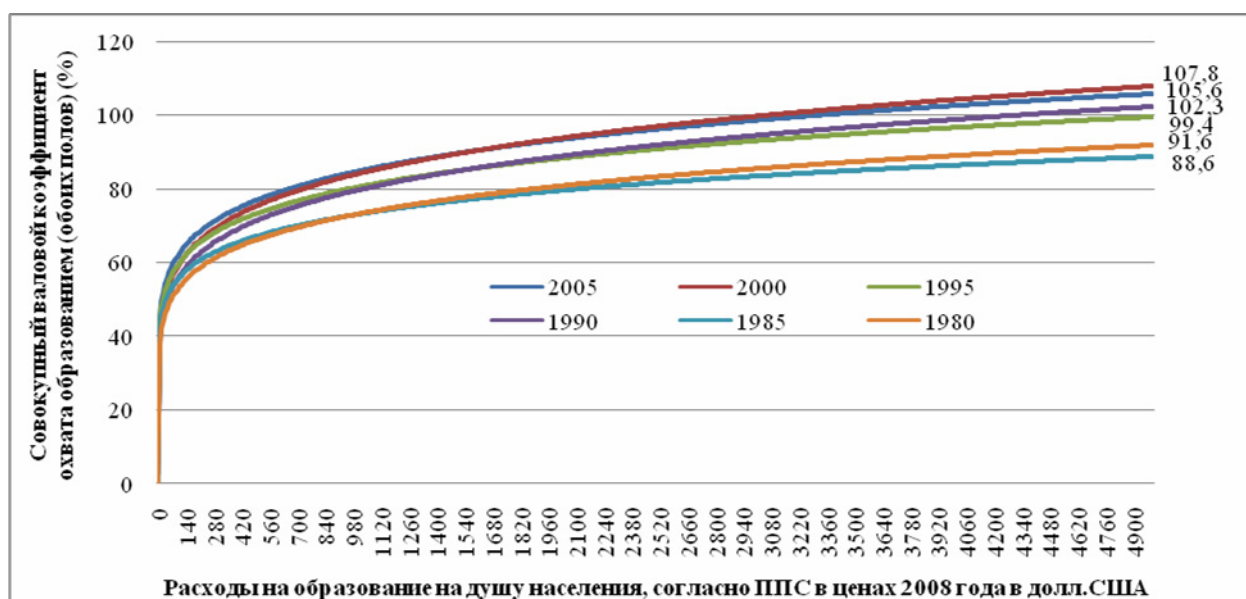


Рис.2. Динамика функциональной нелинейной зависимости показателей расходов на образование и коэффициента охвата образованием

На рисунке 2 представлены нелинейные функции влияния расходов на образование и коэффициента охвата образованием, в соответствии с которыми можно сделать вывод, что при низком уровне финансирования сферы образования, данный показатель является одним из ключевых в системе оценки эффективности развития образования в стране. При достижении определенного уровня, ориентировочно в 700-800 дол. США., зависимость из экспоненциальной переходит в практически линейную и характеризует слабое влияние независимой переменной.

Выводы. На основе подходов системной динамики построена модель взаимодействия человеческого капитала и экономического роста стран, что позволило выявить ключевые факторы, определяющие динамическое развитие системы в целом. Проведенный анализ статистических показателей позволил построить петлю обратной связи и выявить зависимости между анализируемыми переменными. При этом, существенное влияние, с точки зрения построенных регрессионных моделей и проведенных тестов, на охват образованием в странах за последние 25 анализируемых лет (1980–2005гг.) имеет показатель государственных расходов на образование. Согласно проведенным исследованиям, построены экспоненциальные модели зависимости, что позволило определить критический уровень финансирования, требуемый для эффективного развития сферы образования в стране. В дальнейшем, необходимо оценить тенденции развития сферы здравоохранения и проследить динамику развития системы с учетом качественных параметров жизни человека.

Литература

1. Нуреев Р.М. Экономика развития: модели становления рыночной экономики : учебник / Нуреев Р.М. – М. : Норма, 2008. – 640 с.
2. Ханк Д.Э. Бизнес-прогнозирование / Ханк Д.Э., Уичерн Д.У., Райтс А.Дж. ; [пер. с англ.]. – 7-е

изд. – М. : Издательский дом "Вильямс", 2003. – 656 с.

3. United Nations Development Programme [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.undp.org/> <http://www.undp.org/>

Надійшла 05.04.2011

УДК 331.108.26 + 658.001.76

О. Ю. ЮРЧЕНКО

Сумський національний аграрний університет

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ АПК УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

У статті розглянуті особливості розвитку агропромислового комплексу України в умовах глобалізації. Вітчизняне агропромислове виробництво потребує підсиленої уваги з боку державних органів за такими основними напрямками, як підвищення якості менеджменту та оптимізація структури АПК.

The features of development of the agrarian branch of Ukraine in the condition of globalization was discovered. The improvement of the management quality and the optimization of structure of agrarian branch are to be applied.

Ключові слова: глобалізація, агропромисловий комплекс, зовнішньоекономічна діяльність, якість менеджменту.

Постановка проблеми. Зростання відкритості світових ринків ставить високі вимоги до рівня товарів і послуг національних виробників, а розвиток експортного потенціалу стає умовою не тільки успіху, а й виживання підприємства в нинішніх умовах.

Прискорення процесів глобалізації відбувається під впливом розвитку новітніх телекомунікаційних технологій, формування нового технологічного укладу, особливе значення в якому набувають міжфірмові ланцюжки, що пов'язують учасників технологічного циклу. За оцінкою фахівців, міжнародна економічна інтеграція породжує сукупність різноманітних ефектів у довготривалому періоді: переваги, пов'язані з врегулюванням торгових балансів, вигоди від спеціалізації, економії на масштабах та зростанні добробуту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Все більше дослідників звертають увагу на особливості розвитку агропромислового комплексу України в умовах глобалізації. Специфіка функціонування АПК України в умовах глобалізації, її специфічні аспекти розглянуто в роботах таких авторів, як Л. Л. Антонюк, Д. Г. Лук'яненко, А. М. Поручник, О. М. Шпичак та інші. Однак, цілісна система ефективної адаптації вітчизняного агропромислового комплексу до нових вимог господарювання досі не вироблена.

Формування цілей статті. Розробка напрямів ефективного розвитку АПК України в умовах глобалізації.

Виклад основного матеріалу. Характерним для наведених напрямів є вплив глобалізації на формування нової структури міжнародних відносин, в межах якої здійснюється перехід від економічного протистояння до плідного співробітництва між розвинутими, менш розвинутими країнами і світовим співтовариством загалом.

Спираючись на нові механізми міжнародного господарського співробітництва, країни з недостатнім рівнем економічного розвитку або з транзитивною економікою створюють передумови для стабілізації і реструктуризації, переходу на сучасні технології виробництва, розширюють участь у світовому виробництві високотехнологічної продукції.

Все вищевикладене має безпосереднє відношення до України та її агропромислового комплексу. Адже вітчизняна економіка поступово включається до світогосподарських зв'язків, суб'єкти господарювання все більше застосовують високі технології у виробничому процесі.

Проте, Україна має специфічні риси економічного розвитку, які зумовлюються практично одночасною інтеграцією до світового господарства і трансформацією економічного укладу.

Таблиця 1

Частка сільського господарства України в загальносвітових обсягах*

Показники	Питома вага, %
Виробництво:	
зерна	2,1
цукрових буряків	5,9
соняшнику	18,3
картоплі	6,2
м'яса всіх видів (у забійній вазі)	0,7
Молока	1,7
Яєць	1,3

*За даними ФАО

Безперечно, Україна має значний аграрний потенціал. Площа сільськогосподарських угідь України становить понад 20% площі угідь у 27 країнах-членах Європейського Союзу. З розрахунку на одного жителя України припадає 0,8 га сільськогосподарських угідь, у тому числі 0,67 га ріллі, тоді як у середньому по країнах ЄС ці показники становлять відповідно 0,38 та 0,22 га. Частка ріллі у загальносвітових обсягах становить 2,3%.

Україна впевнено нарощує експортний потенціал сільського господарства і розширює свою присутність на зовнішніх ринках (табл. 1). Однак фінансова криза негативно вплинула на показники міжнародної торгівлі. У 2009 р. порівняно з 2008 р. зовнішньоторговельний обіг сільськогосподарської продукції зменшився на 17,2%, обсяги експорту – на 13,5%, імпорту – на 23,5%. Водночас частка експорту в загальному обсязі зовнішньоторговельного обігу України в цілому зросла з 16% до 23,6% (рис. 1).

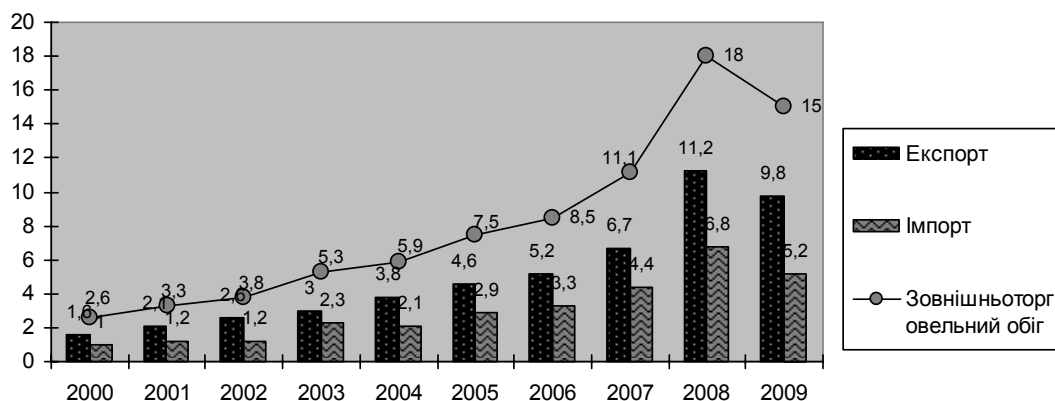


Рис. 1. Зовнішньоторговельний обіг сільськогосподарської продукції України

В структурі експорту переважає зерно та продукція олійно-жирового комплексу (рис. 2).

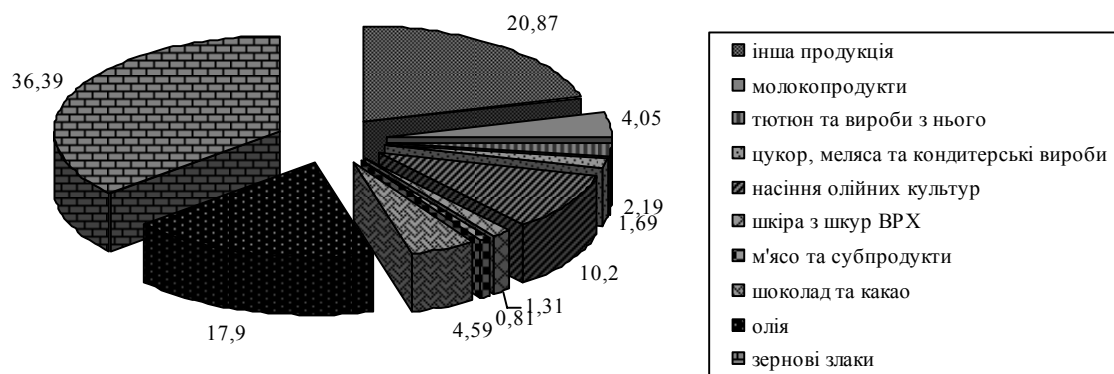


Рис. 2. Структура експорту продукції аграрного сектора в 2009 році, %

Конкурентами на зовнішньому ринку є кондитерська, пивобезалкогольна, лікеро-горілчана та соледобувна промисловість.

Вітчизняний аграрний сектор відіграє значну роль у економіці України: його частка у валовій доданій вартості держави в 2008 році перевищила вклад будівельної галузі в 3,6 рази, металургії – у 2,4 рази. Внесок аграрного сектора у створення валової доданої вартості переважає значення таких вагомих галузей промисловості, як машинобудування, будівництво та металургія разом взяті.

Стосовно внеску аграрного сектора до Зведеного бюджету України можемо відмітити, що за 2009 рік від підприємств аграрного сектора надійшло податків, зборів (обов'язкових платежів) на суму 25,1 млрд грн. або у 5,4 рази більше, ніж у 2000 році. Зокрема, від сільського господарства надійшло 3,4 млн грн., або в 3,7 рази більше ніж 2000 році (рис.3).

В АПК України, починаючи з 1992 р. залучено близько 2,7 млрд дол. США, що становить майже 7% від загального обсягу іноземних інвестицій в українську економіку. Приріст іноземного капіталу у 2009 році становив 340,4 млрд дол. США, в т.ч. у сільське господарство – 246,1 млн. Основні інвестори агропромислового комплексу України (дані в дол. США): Кіпр (313,4 млн.); Великобританія (143 млн.); США (50,6 млн.); Данія (59,5 млн.); Швеція (36,6 млн.); Німеччина (57,7 млн.); Польща (29,7 млн.) та Австрія (28,9 млн.).

Висновки. Таким чином, на нинішньому етапі розвитку агропромисловий комплекс України в умовах глобалізації характеризується такими особливостями:

- інтенсифікація інтеграційних процесів;
- зростання ролі АПК в народному господарстві України;
- підвищення значення в експортній діяльності;
- поживлення іноземного інвестування.

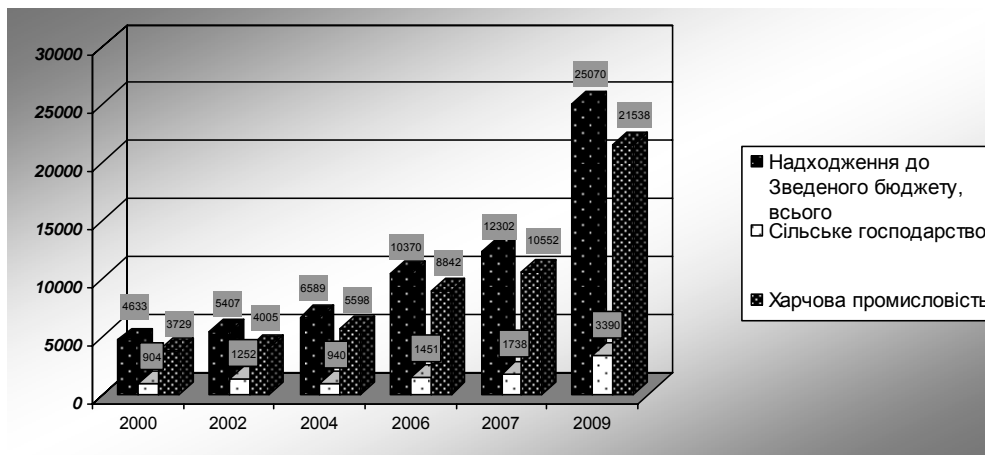


Рис.3. Надходження податків і зборів до Зведеного бюджету від підприємств аграрного сектора, млн грн.

Разом з тим, слід відзначити, що вітчизняне агропромислове виробництво потребує підсиленої уваги з боку державних органів та органів місцевого самоврядування, які мають допомагати галузі в конкурентній боротьбі на світових ринках за такими основними напрямками:

- кадрове забезпечення підприємства;
- підвищення якості менеджменту;
- оптимізація структури АПВ.

Література

1. Управління міжнародною конкурентоспроможністю в умовах глобалізації економічного розвитку : у 2 т. Т. 1 / [Д. Г. Лук'яненко, А. М. Поручник, Л. Л. Антонюк та ін.] ; за заг. ред. Д. Г. Лук'яненка, А. М. Поручника. – К. : КНЕУ, 2008. – 816 с.
2. World International Report 2007 : Transnational Corporations, Extractive Industries and Development. – New York : United Nations, 2007. – P. 251–254.

Надійшла 17.04.2011

**ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНІ МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ПРОЦЕСІВ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ**

УДК 658.012.32

К. Ю. ГОЛОВКОВА

Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, м. Луганськ

**УТОЧНЕННЯ ЗМІСТУ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЩОДО РОЗРОБКИ,
ПРИЙНЯТТЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ**

В статті здійснено аналіз поширених підходів до визначення змісту управлінської діяльності щодо прийняття управлінського рішення. За результатами синхронізації існуючих моделей розробки, прийняття та реалізації управлінських рішень уточнено зміст відповідної управлінської діяльності.

In the article the analysis of the widespread determination of maintenance of administrative activity in the context of acceptance of administrative decision is carried out. On results of synchronization of existent models of development, acceptance and realization of administrative decisions, maintenance of the proper administrative activity is specified.

Ключові слова: управлінське рішення, управлінська діяльність, модель, акт вибору, альтернатива.

Постановка проблеми. Процес управління реалізується через управлінські рішення (УР), підготовку яких умовно можна назвати технологією розробки, прийняття та реалізації рішень. Вона являє собою сукупність послідовно повторюваних дій, що складаються з окремих етапів, процедур, операцій. Тобто з технологічної точки зору, процес прийняття будь-якого управлінського рішення можна представити у вигляді послідовності етапів і процедур, що мають між собою прямі та зворотні зв'язки [1].

На зміст діяльності щодо прийняття та реалізації певного управлінського рішення впливає множина особливостей конкретних умов прийняття і реалізації рішень, що породжуються середовищем, присутністю людського чинника зі специфічними поведінковими і психофізіологічними аспектами, а також інформаційним ресурсом, що є в наявності. Розмаїття чинників впливу обумовлює існування різних процедур вирішення конкретних проблемних ситуацій, що вимагають розробки, прийняття і реалізації відповідних управлінських рішень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Положення про наявність у процесі прийняття рішень певних основних етапів є найважливішим при дослідженні управлінської діяльності. Фахівцями з управління пропонуються різні схеми процесу розробки рішень, що розрізняються між собою ступенем деталізації окремих процедур і операцій [1, 2, 5, 6, 8, 9]. Ці процедури можуть як мати множину схожих спільних елементів, так й істотно відрізнятися одна від одної. Проте, суттєвим для установлення доцільної послідовності етапів процесу розробки та прийняття управлінських рішень, на наш погляд, є представлення вказаної проблематики з позицій універсальних інструментів. Наприклад, загальної постановки завдання прийняття управлінських рішень, загальної схеми отримання, зберігання й перетворення інформації в ухваленні рішень та ін.

Мета статті. Розглянемо основні підходи до визначення змісту управлінської діяльності щодо прийняття УР та визначимо на основі їх аналізу певну загальну модель процесу розробки, прийняття та реалізації управлінських рішень.

Виклад основного матеріалу. Як вже було зазначено, в науковій літературі існують різні підходи до визначення змісту управлінської діяльності щодо розробки, прийняття та реалізації управлінських рішень. Згідно з будь-яким із цих підходів, управлінська діяльність щодо розробки, прийняття та реалізації управлінського рішення може бути представлена як сукупність певних послідовних взаємопов'язаних етапів, перелік яких, незважаючи на сутнісну близькість, значно відрізняється в різних наукових джерелах.

Так, в [7] приводяться такі етапи раціонального рішення управлінських проблем: діагностика проблеми, формулювання обмежень і критеріїв прийняття рішення, визначення альтернатив, реалізація, зворотний зв'язок.

У роботі [5] визначаються наступні етапи: усвідомлення проблеми, збір інформації з проблеми, висування гіпотез, їхня апробація, прийняття рішення, корекція рішення.

В [2] для підготовки й прийняття рішення пропонується використовувати блокову модель, що складається з наступних блоків: прийом і обробка інформації, розпізнавання ситуації, підготовка варіантів рішення, оцінка їхньої ефективності, прийняття рішення.

Певні варіанти послідовності дій щодо прийняття управлінських рішень видаються занадто деталізованими. Так, Є.П. Істомін пропонує в якості базової модель розробки та реалізації УР, яка складається з 16 етапів, а саме: виявлення управлінської проблеми або завдання; попередня постановка мети; збір необхідної інформації; аналіз інформації; визначення початкових характеристик проблеми з урахуванням обмежень; уточнення й формулювання цілей і критеріїв управління; обґрунтування й побудова формалізованої моделі проблемної ситуації; розробка альтернативних варіантів вирішення проблеми; вибір методу рішення; економічне обґрунтування вибраного рішення; узгодження рішення з органами управління та виконавцями; остаточне оформлення і затвердження наказу; організація виконання рішення; організація і

контроль виконання рішення; стимулювання підвищення якості робіт, економії ресурсів і дотримання термінів; встановлення зворотного зв'язку з ОПР і (за необхідності) коректування цілей і завдань [3]. Незважаючи на безумовну значущість усіх перерахованих управлінських дій для прийняття ефективного управлінського рішення, така їх деталізація може вважатися недоречною. Адже, наприклад, такі окремі етапи цього процесу, як «узгодження рішення з органами управління та виконавцями» та «остаточне оформлення і затвердження наказу» за сутністю являють собою один загальний етап процесу прийняття рішення – «оформлення та затвердження наказу».

Навпаки, занадто укрупненою може вважатися загальна модель процесу підготовки, прийняття та реалізації рішень, яка запропонована в роботі [8] та складається з етапів:

- констатація проблемної ситуації;
- розпізнавання проблемної ситуації;
- метод вирішення проблемної ситуації;
- реалізація вирішеного.

При цьому автор зазначає, що при виділенні сукупності взаємозв'язаних блоків цієї моделі врахована необхідність віддзеркалення основних чинників, що формують умови підготовки, прийняття та реалізації рішення, специфічна інтерпретація яких дозволяє моделювати широке різноманіття процесів розробки, прийняття та реалізації управлінських рішень [8, с. 62]. У розвиток цієї тези автор надалі пропонує розширене трактування складу та змісту етапів процесу розробки та прийняття управлінського рішення, прийнятну для вирішення складних проблемних ситуацій, що виникають в практиці функціонування великих організаційних систем управління складними об'єктами. Цей процес включає наступні етапи розробки і прийняття остаточного рішення:

- виявлення і опис проблемної ситуації;
- організація виконання робіт з підготовки і прийняття рішення;
- розробка концепції підготовки і прийняття рішення;
- постановка завдань;
- формування альтернатив;
- оцінка альтернатив;
- вибір остаточної альтернативи [8, с. 64].

На наш погляд, модель, яку автор пропонує для прийняття управлінського рішення у складних проблемних ситуаціях, насправді є прийнятною для застосування в управлінській ситуації будь-якого (навіть найнижчого) рівня складності, адже всі її етапи є необхідними та, водночас, достатніми з точки зору повноти управлінських дій щодо розробки та прийняття управлінського рішення.

В окремих джерелах автори вдаються до виділення підетапів процесу прийняття та реалізації УР у межах установлених етапів. Так, Ю.М. Лапигін [6] пропонує орієнтовану на стратегічне управління модель процесу розробки управлінських рішень, яка має наступний вигляд:

Етап 1. Збір і уточнення інформації про проблемну ситуацію.

- 1.1. Аналіз стану зовнішнього середовища й тенденцій його зміни;
- 1.2. Аналіз стану організації, визначення проблем, бачення та місії.

Етап 2. Формування множини моделей змін (альтернатив).

- 2.1. Збір існуючих альтернатив (формування колекції);
- 2.2. Генерація оригінальних альтернатив.

Етап 3. Здійснення вибору (власне рішення).

- 3.1. Звуження множини альтернатив (фільтрація);
- 3.2. Вибір оптимального рішення.

Етап 4. Реалізація рішення (внесення змін до системи).

4.1. Деталізація рішення, розробка на основі критеріїв і кореляційних взаємозв'язків системи контрольних показників ефективності;

4.2. Впровадження моделі необхідних змін в організацію і контроль за виконанням рішення за системою показників [6].

Одна з найпоширеніших моделей процесу розробки рішень, орієнтована на використання наукових методів, включає наступні етапи [9]: попереднє формулювання завдання; вибір критерію оцінки ефективності рішення; збір даних для уточнення поставленого завдання й точна постановка завдання; розробка можливих варіантів рішення завдання; складання математичних моделей; зіставлення варіантів за критерієм ефективності й вибір альтернатив; прийняття рішення. Слід зазначити, що в даній технологічній моделі не акцентується увага на етапах організації й контролю виконання рішення як таких, що самі собою розуміються і не потребують глибоких наукових пророблень. У той же час, прийняття ефективного управлінського рішення неможливе без належної організації його виконання з наступним контролем реалізації. Відповідно, більш ґрунтовним є запропоноване в роботі [1] уточнення вищенаведеного алгоритму підготовки, прийняття й реалізації управлінських рішень, згідно з яким цей процес складається з наступних етапів:

I – попереднє формулювання проблеми;

- II – вибір критерію оцінки ефективності рішення;
 III – збір даних для уточнення поставленої проблеми;
 IV – точне формулювання проблеми;
 V – розробка можливих варіантів рішення проблеми;
 VI – складання математичних моделей;
 VII – зіставлення варіантів за критерієм ефективності й вибір альтернатив;
 VIII – прийняття рішення;
 IX – доведення до виконавців та розробка заходів з виконання рішення;
 X – контроль виконання рішення;
 XI – оцінка результатів і узагальнення накопиченого досвіду [1].

У такій інтерпретації очевидно, що управлінська діяльність спрямована не тільки на розробку та прийняття, але й на реалізацію прийнятого управлінського рішення за рахунок наявності таких етапів цього процесу, як доведення рішення до виконавців та розробка заходів з його виконання, контролю виконання рішення та оцінки результатів і узагальнення накопиченого досвіду. Без наявності подібних етапів можна говорити лише про модель розробки та прийняття управлінського рішення, тоді як визначення заходів щодо його реалізації є рівноважною складовою забезпечення його ефективності.

В табл. 1 подано результати синхронізації варіантів змісту управлінської діяльності щодо розробки, прийняття та реалізації управлінських рішень із етапами моделі, наведеної в роботі [1]. Як свідчать дані таблиці, ця модель містить досить універсальний перелік необхідних та достатніх управлінських дій в контексті прийняття управлінських рішень, та може розглядатися в якості базової.

Таблиця 1

Синхронізація варіантів змісту управлінської діяльності щодо розробки, прийняття та реалізації управлінських рішень

Автори	Назва моделі	Співвіднесення з етапами базової моделі [1]										
		попереднє формулювання проблеми	вибір критерію оцінки ефективності рішення	збір даних для уточнення поставленої проблеми	точне формулювання проблеми	розробка можливих варіантів рішення проблеми	складання математичних моделей	зіставлення варіантів за критерієм ефективності й вибір альтернатив	прийняття рішення	доведення до виконавців та розробка заходів з виконання рішення	контроль виконання рішення	оцінка результатів і узагальнення накопиченого досвіду
А.Е. Воронкова, Н.Г. Каложна, В.І. Отенко [1]	модель процесу підготовки, прийняття й реалізації управлінських рішень											
М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури [7]	Етапи раціонального рішення управлінських проблем	діагностика проблеми	формулювання обмежень і критеріїв прийняття рішення			визначення альтернатив				реалізація рішення		зворотний зв'язок
Ю. Козелецький [5]	Етапи прийняття управлінського рішення	усвідомлення проблеми		збір інформації з проблеми		висування гіпотез		апробація гіпотез	прийняття рішення			корекція рішення
Н.В. Д'ячук [2]	Блокова модель підготовки й прийняття рішення			прийом і обробка інформації	розпізнавання ситуації	підготовка варіантів рішення		оцінка ефективності варіантів рішення	прийняття рішення			
В.С. Юкасава [9]	Модель процесу розробки рішень	попереднє формулювання завдання	вибір критерію оцінки ефективності рішення	збір даних для уточнення поставленого завдання й точна постановка завдання		розробка можливих варіантів рішення завдання	складання математичних моделей	зіставлення варіантів за критерієм ефективності й вибір альтернатив	прийняття рішення			

Водночас, наведена модель процесу підготовки, прийняття й реалізації управлінських рішень потребує подальшого вдосконалення. А саме, слід зауважити на наявність різних підходів до визначення

сутності самого поняття «управлінське рішення», яке розглядається в різних наукових джерелах як процес, акт вибору та його результат. Рішення як процес характеризується тим, що воно, протікаючи в часі, здійснюється в кілька етапів (підготовки, формування, прийняття і реалізації рішення). Етап прийняття рішень можна трактувати як акт вибору особи, що приймає рішення (ОПР) за допомогою визначених правил. Рішення як результат вибору – це вольовий акт, орієнтований на наявність альтернатив, суміжних цілей і мотивів поведінки ОПР. Рішення як результат вибору являє собою розпорядження до дії у вигляді плану роботи, варіанта проекту й т.п. В роботі автора [4] здійснено докладний аналіз цих підходів та обґрунтовано доцільність дотримання процесного підходу до визначення сутності управлінського рішення. При цьому слід підкреслити роль людини у прийнятті управлінського рішення, оскільки саме завдяки її розумовій діяльності здійснюється вибір найкращої управлінської альтернативи. В моделі, яка прийнята за базову, відповідний етап має назву «зіставлення варіантів за критерієм ефективності й вибір альтернатив». З метою підкреслення значення суб'єктивної творчої діяльності ОПР в процесі вироблення, аналізу та вибору управлінських альтернатив, видається доцільним «вибір альтернативи» як творчий акт ОПР виділити в окремий етап процесу розробки, прийняття та реалізації управлінського рішення. Відповідно, уточнена модель процесу розробки, прийняття та реалізації УР складатиметься з наступних 12 етапів: попереднє формулювання проблеми; вибір критерію оцінки ефективності рішення; збір даних для уточнення поставленої проблеми; точне формулювання проблеми; розробка можливих варіантів рішення проблеми; складання математичних моделей; зіставлення варіантів за критерієм ефективності; вибір альтернативи; прийняття рішення; доведення до виконавців та розробка заходів з виконання рішення; контроль виконання рішення; оцінка результатів і узагальнення накопиченого досвіду.

Висновки. Удосконалення базової моделі процесу розробки, прийняття та реалізації управлінського рішення за рахунок виділення окремого етапу «вибір альтернативи», під яким мається на увазі реалізація творчого акту вибору ОПР, дозволяє уточнити зміст відповідної управлінської діяльності, та створює підстави для прийняття ефективних управлінських рішень на підприємстві.

Література

1. Воронкова А. Е. Управлінські рішення в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства: організаційний аспект : [монографія] / Воронкова А. Е., Калюжна Н. Г., Отенко В. І. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2008. – 427 с.
2. Дьячук Н. В. Психотехника / Дьячук Н. В. – М. : КСП, 1997. – 368 с.
3. Истомин Е. П. Теория организации: системный подход : [учебн.] / Е. П. Истомин, А. Г. Соколов. – СПб. : ООО «Андреевский издательский дом», 2009. – 314 с.
4. Калюжна Н. Г. Управлінське рішення як процес: підхід до визначення / Н. Г. Калюжна, К. Ю. Головка // Управління розвитком : зб. наук. робіт. – Харків : ХНЕУ, 2010. – Вип. 17 (93). – С. 44–46.
5. Козелецкий Ю. Психологическая теория решений / Козелецкий Ю. ; [пер. с польск.]. – М. : Прогресс, 1979. – 504 с.
6. Лапыгин Ю. Н. Управленческие решения : [учебн. пособ.] / Ю. Н. Лапыгин, Д. Ю. Лапыгин. – М. : Эксмо, 2009. – 448 с.
7. Мескон М. Основы менеджмента / Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. ; [пер. с англ.]. – М. : Дело, 1992. – 702 с.
8. Мыльник В. В. Исследование систем управления : [учебн. пособ.] / Мыльник В. В., Титаренко Б. П., Волочненко В. А. ; [под ред. В. В. Мыльника]. – М. : ГИНФО, 2001. – 281 с.
9. Юкаева В. С. Управленческие решения : [учебн. пособ.] / Юкаева В. С. – М. : Издательский дом "Дашков и Ко", 1999. – 292 с.

Надійшла 14.03.2011

ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ РІШЕНЬ

В статті розглядаються питання, пов'язані з визначенням характеристик ефективності маркетингових рішень. Наведено сутність та основну цільову спрямованість маркетингового рішення, описано апіорний та апостеріорний підходи у визначенні оцінок ефективності та характеристики, що відображають зміст таких оцінок.

The article deals with issues related to the characterization of the effectiveness of marketing decisions. Given the nature and orientation of the main target marketing solutions, a priori and a posteriori described approaches in determining performance ratings, and characteristics that reflect the content of such assessments.

Ключові слова: маркетингове рішення, оцінка ефективності, функціональність рішення, результативність рішення.

Вступ. Перехід від вітчизняної економіки на ринкові відносини призвів до необхідності пошуку нових форм і методів управління, адекватних новим реаліям. Якщо раніше основний обсяг управлінських функцій виконувався державними органами, то нині особливе значення набуває вміння керівника самостійно вирішувати управлінські завдання. При цьому слід зазначити низку причин, які істотно ускладнюють прийняття ефективних рішень:

- зміна умов функціонування об'єктів господарювання внаслідок нелінійності досліджуваних процесів, зростання їх динамічності і тому важкої прогнозованості;
- зростання ступеня невизначеності зовнішнього середовища, а тому і підвищення ризиковості управлінських рішень;
- наявність багатокритеріальності оцінок якості та ефективності рішень;
- цільова спрямованість проблем, що вимагають для свого вирішення конкретних методів і підходів;
- підвищення вимог щодо компетенції осіб, які приймають рішення.

Це вимагає необхідності докорінної перебудови системи управління підприємством в усіх сферах діяльності: виробничій, науково-технічній, соціальній, інформаційній тощо. Одним із шляхів є переорієнтація діяльності підприємства на використання концепції маркетингу як сукупності практичних прийомів управління підприємством в умовах ринкових відносин. Управлінські рішення, пов'язані з маркетингом, стають сьогодні одними із найбільш актуальних завдань управлінської діяльності, які суттєво впливають на всі функціональні сфери підприємства.

Значний внесок в теорію прийняття управлінських рішень та їх математичного забезпечення здійснений в численних працях вітчизняних та закордонних вчених, зокрема А. Н. Асаула, К. В. Балдіна, В. І. Варфоломеева, С. Н. Воробйова, Х. Діллера, О. І. Ларічева, Б. Г. Літвача, А. Г. Маміконова, Д. Нор-тона, Дж. Моудера, О.І. Орлова, Т. Сааті, Х. Саймона, Е.А. Смірнова, А. Г. Соколова, В.М. Трояновського, М. Еддоу-са. Питання управління маркетингом висвітлені в роботах Г. Армстронга, Г. Л. Багієва, Р. Баззела, А. В. Войчака, Є. П. Голубкова, Ф. Котлера, Ж.-Ж. Ламбена, В. Ф. Онищенко, В. А. Полторака, Н. С. Пінчука, А. О. Старостиної, Р.А. Фатхутдінова та інших.

Разом з тим слід зазначити, що питання, пов'язані з оцінюванням ефективності прийняття маркетингових рішень, є ще недостатньо вивченими.

Основний розділ. Процес ухвалення управлінських рішень – це циклічна послідовність дій суб'єкта управління, спрямованих на вирішення проблем підприємства. Ці дії полягають в аналізі ситуації, генерації альтернативних варіантів і виборі з них якнайкращого варіанту, а згодом – здійсненні обраного управлінського рішення [1].

Розробка і ухвалення управлінського рішення – це, як правило, вибір одного з декількох альтернативних варіантів. Необхідність ухвалення управлінських рішень обумовлюється свідомим і цілеспрямованим характером людської діяльності. Ця необхідність виникає на всіх етапах процесу управління і складає частину будь-якої функції менеджменту.

Завдання управління маркетингом полягає в дії на рівень, час і характер попиту так, щоб це допомогло організації в досягненні цілей, що стоять перед нею. Іншими словами, об'єктом управління для маркетингу є попит (його рівень, часові рамки і структура) [2].

Виділяють п'ять основних підходів (концепцій), на основі яких підприємство здійснює свою маркетингову діяльність, тобто діяльність з управління попитом [3]:

- концепція вдосконалення виробництва, згідно з якою споживач орієнтується на доступні для себе товари, що мають невисоку ціну;
- концепція якісного продукту, основна ідея якої полягає в орієнтації споживачів на ті або інші товари або послуги, які за технічними характеристиками і експлуатаційними якостями перевершують аналоги і тим самим приносять споживачам більше вигоди;
- концепція інтенсифікації комерційних зусиль – припускає, що споживачі купуватимуть пропоновані товари в достатньому об'ємі лише в тому випадку, якщо компанією докладені певні зусилля з просуван-

ня товарів і збільшення їх продажів;

- ринкова, традиційна маркетингова концепція, яка відрізняється від інших концепцій тим, що фірма бачить своє завдання в задоволенні потреб певної групи споживачів, для чого маркетингова діяльність фірми постійно контролюється і аналізується, тому задоволення попиту призведе до повторних покупок продукції і забезпечить сприятливу громадську думку;

- соціально-етична концепція маркетингу, характерна для сучасного етапу розвитку людської цивілізації, базується на новій філософії підприємництва, орієнтованій на задоволення розумних, здорових потреб носіїв платоспроможного попиту. Її мета полягає в забезпеченні довготривалого добробуту не тільки окремого підприємства, але і суспільства в цілому.

Першим етапом процесу ухвалення рішення є постановка цілей. Мета – це деяке уявлення про кінцевий, бажаний стан об'єкту управління. Відповідно до наведених концепцій можна виділити три групи показників, що характеризують досягнення цілей маркетингу, орієнтованих на задоволення попиту [4]:

- цілі за рівнем продажів – це кількісна міра впливу, який фірма планує здійснити на конкретному ринку; тут прийнято виділяти такі показники, як виручка продажів у фізичному вираженні і частка ринку;

- цілі за прибутком – визначають зв'язок між рівнем попиту, що існує на ринку, і рентабельністю фірми; тут можуть використовуватися такі показники, як валовий прибуток, чистий прибуток, рівень повернення на вкладений капітал та інші;

- цілі відносно споживачів – визначають той тип відносин і поведінки, якого фірма прагне добитися від покупців для своєї марки або для своїх послуг. Тут можуть використовуватися такі показники, як популярність марки, перевага марки, рівень повторних покупок, рівень задоволеності товаром та інші.

Отже, основними елементами маркетингових рішень, що визначають їх сутність, є, по-перше, зафіксований теперішній стан об'єкту управління маркетингом – попит; а по-друге, ідеальне уявлення про бажаний стан цього об'єкту – цілі маркетингу. В той же час на рівень попиту роблять вплив і незалежні від маркетингу чинники – чинники зовнішнього середовища.

Розглянемо питання, пов'язані з оцінюванням ефективності маркетингових рішень.

Під ефективністю маркетингового рішення будемо розуміти ступінь корисності передбачуваного (майбутнього) або дійсно отриманого в результаті реалізації рішення ефекту. При цьому в ролі ефекту виступає певний результат виконання цього рішення.

Оцінка ефективності рішення може бути подана у якісній шкалі, і відображати як мінімум три градації переваги очікуваного або отриманого ефекту: позитивний (корисний), нульовий і негативний (шкідливий) ефект. У свою чергу, ступінь ефективності рішень в рамках кожної з градацій може бути уточнений з використанням рангової або кількісної шкали.

В ролі оцінки ефективності також може виступати один або деяка система кількісних показників, які характеризують різні аспекти рішення, пов'язані зі ступенем досягнення його цілей, використанням ресурсів, економічними показниками діяльності тощо.

Отже, ефективність рішення – це ступінь відповідності очікуваного корисного ефекту від його реалізації деякому бажаному рівню корисності.

Оцінювання ефективності рішення доцільно розглядати в двох аспектах: визначенні теоретичної (апріорної) і фактичної (апостеріорної) ефективності. Перший вид оцінювання проводиться при розробці рішення. На основі нього здійснюється обґрунтований вибір найкращої альтернативи. Другий вид ефективності розглядається після реалізації рішення.

При визначенні апріорної ефективності рішення на етапі постановки завдання проводиться оцінювання меж, масштабів і рівня проблемної ситуації; на етапі формування рішення – оцінювання альтернатив; на етапі ухвалення рішення – оцінювання очікуваних наслідків його реалізації. Для цієї мети використовуються різноманітні критерії. Зазвичай для розробки критеріїв застосовуються економіко-математичні методи, які дозволяють отримати кількісні оцінки ефективності маркетингового рішення. Складність вибору критеріїв поглиблюється, по-перше, тим, що рішення доводиться приймати в умовах невизначеності та ризику, притаманних ринковій економіці, а по-друге, суперечливістю критеріїв, оскільки вони можуть відображати різноманітні вимоги щодо результативності рішення. Тому поряд із застосуванням методів економіко-математичного моделювання широкого розповсюдження набули експертні технології оцінювання рішень, особливо у випадках необхідності аналізу не лише кількісної, але і якісної інформації та багатоваріантності альтернатив [5].

Оцінювання ефективності рішення на етапі його розробки можна ототожнити з поняттям якості рішення. Під якістю управлінського рішення будемо розуміти сукупність параметрів рішення, що задовольняють конкретного споживача, і системи заходів з їх реалізації [6]. До показників, що характеризують якість рішення, можна віднести [7]:

- показник кількісної невизначеності проблеми (ентропії); якщо проблема формулюється лише якісно, без кількісних показників, то показник ентропії наближається до нуля; якщо всі показники проблеми виражені кількісно, показник ентропії наближається до одиниці;

- ступінь ризику вкладення інвестицій;

- імовірність реалізації рішення за показниками якості, витрат і термінів;

- ступінь адекватності розробленої економетричної моделі фактичним даним, на підставі яких вона була розроблена;

- точність та надійність прогнозу, побудованого за економетричною моделлю.

Крім того, в ролі критеріїв якості можуть використовуватись:

- гнучкість рішення, яка відображає можливість внесення коректив у хід його виконання без істотних витрат ресурсів і часу, та зміни цільових установок;

- стійкість рішення – інваріантність до змін чинників внутрішнього та зовнішнього середовища;

- динамічність рішення – час, необхідний для досягнення поставлених цілей;

- раціональність рішення – відношення питомої ваги витрат ресурсів на одиницю очікуваного прибутку;

- цінність рішення – ступінь відповідності цілей рішення потребам ринку.

Наведений перелік є не повним, однак відображає найбільш суттєві характеристики якості рішення.

Розрахунок оцінок апостеріорної ефективності рішення можна описати такими критеріями, як функціональність та результативність.

Функціональність відображає ступінь досягнення головної мети у визначений в рішенні термін (на момент оцінювання ефективності рішення). Слід зазначити, що рішення, окрім генеральної мети, може мати і супутні цілі, ступінь досягнення яких також потрібно враховувати в здійсненні такої оцінки.

Результативність маркетингового рішення відображає економічну складову ефективності рішення і може описуватись як кількісними, так і якісними показниками. Кількісними показниками можуть бути абсолютні або відносні економічні показники діяльності підприємства. В їх ролі можуть також виступати показники, які безпосередньо не відображають фінансові результати діяльності, однак здійснюють істотний вплив на них. Це збільшення частки ринку, вихід на нові ринки, зростання вартості активів підприємства, ступінь задоволення потреб споживачів, кількість повторних покупок товару тощо.

До якісних можна віднести показники, які не піддаються безпосередньому числовому вимірюванню, але мають важливе стратегічне значення для підприємства. Це виробничий потенціал підприємства, його конкурентоспроможність, імідж, інвестиційна привабливість, потенціал партнерських зв'язків, підтримка як з боку держави, так і на регіональному рівні тощо. Їх оцінювання можна здійснити експертними методами шляхом віднесення результату до деякої рангової шкали, яка буде відображати зміну його якості. Іншим підходом є побудова інтегральних показників ефективності. В такому випадку розраховується числова оцінка ефективності. При цьому можуть виникнути труднощі у визначенні складових таких показників, правил їх розрахунку та змістовної інтерпретації отриманого результату.

Висновки. Таким чином, для проведення оцінювання ефективності маркетингового рішення, перш за все, потрібно визначити критерії ефективності. Для отримання високої якості та надійності отриманих оцінок необхідно використовувати сучасні наукові підходи менеджменту, маркетингу та теорії прийняття рішень при формуванні та оцінюванні рішення; забезпечити особу, що приймає рішення, повною та якісною інформацією про зовнішнє та внутрішнє середовище функціонування підприємства та проблемну галузь рішення; використовувати сучасні інформаційні технології та засоби автоматизації опрацювання даних і підтримки прийняття рішень; орієнтуватись на сучасні економіко-математичні методи, моделі та експертні технології визначення оцінок ефективності. Практична реалізація всіх наведених вимог може виявитись складною та дорогою. Однак, отримані результати можуть цілком виправдати всі витрати.

Конкретні алгоритми розрахунку показників ефективності можуть визначатись видом маркетингового рішення, його цільовою спрямованістю та показниками, якими воно характеризується.

Література

1. Эффективность управленческих решений [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/effektivnost-upravlencheskih-resheniy.html>
2. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер ; [пер. с англ. В. Б. Боброва] ; общ. ред. и вступ. ст. Е.М. Пеньковой. – М. : Прогресс, 1991. – 640 с. – ISBN 0-13-557232-0.
3. Дорошев В. И. Введение в теорию маркетинга [Электронный ресурс] / В. И. Дорошев. – Режим доступа : http://www.adhdportal.com/book_2008.html
4. Ламбен Жан-Жак. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Ж.-Ж. Ламбен ; [пер. с франц]. – СПб. : Наука, 1996. – 589 с.
5. Литвак Б. Г. Экспертные оценки и принятие решений / Б. Г. Литвак. – М. : Патент, 1996. – 271 с.
6. Асаул А. Н. Модернизация экономики на основе технологических инноваций / А. Н. Асаул СПб. : АНО ИПЭВ, 2008. – 606 с.
7. Асаул А. Н. Корпоративные структуры в региональном инвестиционно-строительном комплексе / А. Н. Асаул, А. В. Батрак. – М. : АСВ; СПб.: СПбГАСУ. – 2001. – 168 с.

Надійшла 14.03.2011

ШКАЛИРОВАНИЕ КОММУНИКАЦИОННО- И КОНСОЛИДАЦИОННО- НАВЕДЕННОГО РИСКА НА ОСНОВЕ УПОРЯДОЧЕНИЯ ОЦЕНОК ОЖИДАЕМОЙ ДОХОДНОСТИ И ПОКАЗАТЕЛЕЙ СТРУКТУРЫ ИНВЕСТИЦИЙ

Продемонстрировано шкалирование коммуникационно- и консолидационно-наведенного риска с помощью показателей доходности и показателей структуры инвестиций. Согласно полученной шкале проинтерпретировано значение показателя, измеряющего данный риск, полученное в результате эксперимента.

In the article communication-brought and consolidation-induced hazard scaling using profitability indexes and investment structure indexes was demonstrated. According to made scale the indicator measuring this hazard obtained in the result of experiment was interpreted.

Ключевые слова: коммуникационно- и консолидационно-наведенный риск, шкалирование, показатели доходности.

Введение. С помощью показателя коммуникационно-наведенного и консолидационно-наведенного уровней риска можно оценить внутренний информационный риск, точнее получить количественную его оценку. Но на основе количественных показателей риска невозможно принять решение, не владея информацией о том, что означают полученные значения, т.е. для интерпретации полученных количественных результатов необходима качественная шкала, привязанная к количественной, а к качественной шкале, в свою очередь, должны быть привязаны некоторые программы действия.

Анализ предыдущих исследований. В [4] был рассмотрен способ шкалирования риска с помощью показателей доходности, представленный как универсальный для любого риска. Воспользуемся им для шкалирования коммуникационно- и консолидационно-наведенного риска (КНР), который описан в [1–3]. В [1–3] описаны результаты экспериментального измерения коммуникационно-наведенного уровня риска, значение которого составило 129,61%, консолидационно-наведенного риска, значение которого составило 72,37%, и значения их совместного влияния (сокращено как КНУР), которое составило 1065,43%.

Цель статьи. Составить объективную шкалу, с помощью которой можно интерпретировать количественный показатель КНУР с помощью шкалы упорядоченных показателей доходности, которую можно будет положить в основу модели диагностики структуры формальной коммуникации; и с её помощью провести интерпретацию полученного в предыдущих исследованиях значения КНУР.

Основная часть. В [4] был рассмотрен пример перевода процентов риска в проценты доходности через сопоставление процентов дисконта и ренты. При этом был рассмотрен случай, когда базой дисконта служила величина, равная сумме базы ренты и самой ренты. Эта ситуация является аналогом ситуации, когда базой для расчёта риска является доход.

В [2] КНУР рассчитывается для показателя NPV, который, по сути, является показателем, характеризующим сверхприбыль предприятия. Поэтому нужно рассмотреть другой случай сопоставления процентов дисконта и ренты. В этом случае базой дисконта должна служить величина, равная части надбавки. Эта ситуация является аналогом ситуации, когда риск определяется по части прибыли, например, по сверхприбыли (или по нормальной прибыли).

Пусть есть величина z (база ренты), к которой добавлена величина π , при этом $\pi = \pi' + \pi^*$, ($\pi', \pi^* \geq 0$). За базу дисконта возьмём π^* .

Тогда рента (r) и дисконта (d), используя уже оговоренные условия, что базой дисконта будет выступать часть надбавки (π^*) выражаются следующим образом:

$$r = \frac{\pi}{z}; \quad (1)$$

$$d = \frac{\pi}{\pi^*}. \quad (2)$$

В данном случае, в отличие от случая, описанного в [4], невозможно выразить r через d или наоборот, а следовательно нет чёткого соотношения шкал дисконта и ренты.

На рис. 1. показан пример соотношения шкал ренты и дисконта при оговоренных условиях, при $r=25\%$; на рис. 2 для $r=100\%$. Отметим, что величины дисконта и ренты, выражаются в процентах, но эти проценты не несут одинакового смысла, поэтому, чтобы это подчеркнуть, проценты дисконта обозначены со штрихом ($1\% \neq 1\%$).

Кроме того имеет место неравенство:

$$\frac{1\%_x}{1\%'_x} \neq \frac{1\%_y}{1%'_y}, \quad (3)$$

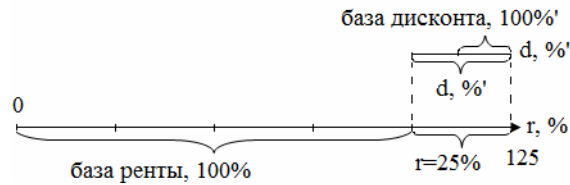


Рис. 1. Соотнесение ренты и дисконта при $r=25\%$

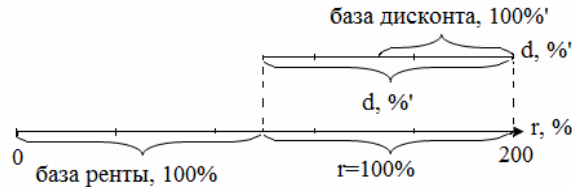


Рис. 2. Соотнесение ренты и дисконта при $r = 100\%$

где x характеризует ситуацию с некоторой r ;
 y – ситуация с r , отличной от r в ситуации x .
 Но соблюдается равенство:

$$\frac{r\%_x}{d\%_x} = \frac{1\%_x}{1\%_x} \quad (4)$$

Т.к. нет чёткой шкалы соотнесения, величина d на рис.1 и рис. 2 показана неопределённой. Чтобы определить эту величину и составить шкалу соотнесения, нужна величина, выражающая соотношение π / π^* .

Перейдём к аналогиям ренты и дисконта – доходности (D) и риску (R), соответственно ($r=D, d=R$).

Риск, рассчитанный как коэффициент вариации по базе сверхприбыли, можно записать следующим образом:

$$R^{\pi^*} = \frac{R_{\delta}}{\pi^*} \quad (5)$$

где R^{π^*} – относительное значение риска, рассчитанное по базе сверхприбыли;

R_{δ} - абсолютное значение риска;

π^* – сверхприбыль.

Тогда учитывая, что ренте соответствует доходность, а величина доходности интерпретируется как максимальный уровень добавленных (ассоциированных) расходов, оцениваемых через оценку уровня риска (уровня риска, рассчитываемого по той же базе, что и доходность, т.е. z); а дисконт соответствует риску (рассчитанному по базе дисконта – т.е. π^*), и формулы (1), (2), (5), выразим искомую величину уровня риска R^z – выражаемую в тех же единицах, что и доходность:

$$\frac{r}{d} = \frac{R^z}{R^{\pi^*}} \Rightarrow \frac{\pi/z}{\pi/\pi^*} = \frac{R^z}{R_{\delta}/\pi^*} \Rightarrow \frac{z}{1} = \frac{R^z}{R_{\delta}} \Rightarrow R^z = \frac{R_{\delta}}{z} \quad (6)$$

Рассмотрим соотнесение уровня риска КНУР, характеризующего искажение результирующего показателя под действием коммуникационно- и консолидационно-наведенного риска, который измерен для показателя NPV. NPV в рассматриваемом разбиении является показателем, характеризующим сверхприбыль, т.к. показывает разность дисконтированных чистых денежных поступлений (величина включающая прибыль, т.е. доходы уже за вычетом затрат) и вложений. Т.е. эта величина валового дохода без текущих расходов (которые были учтены ещё при расчёте ЧДП), без авансированного капитала, а также без вмененных затрат (т.е. той величины нормальной прибыли, поступление которой должны обеспечить). Оставшаяся часть прибыли – нормальная прибыль – величина, которую должны обеспечить вложения (IC), её можно выразить формулой:

$$\pi' = IC \cdot \frac{\text{ТУП}}{100\%} \quad (7)$$

где ТУП – требуемый уровень прибыльности.

Соответственно, расходы (раз речь идёт об инвестициях, то подразумеваются расходы на создание основного капитала и оборотного капитала нового предприятия или нового заведения или дополнительных производственных мощностей уже существовавшего заведения) можно обозначить традиционной аббревиатурой:

$$z=IC. \quad (8)$$

Так, показатель КНУР^z или КНУР^{IC} (КНУР, рассчитываемый по базе IC), который можно сопоставлять с показателями доходности, исходя из формул (6), (8) можно определить:

$$\text{КНУР}^{IC} = \frac{\text{КНУР}_\delta}{IC} \quad (9)$$

Или, т.к. КНУР_v (КНУР, рассчитываемый как коэффициента вариации) определялся относительно NPV, то:

$$\text{КНУР}^{IC} = \frac{\text{КНУР}_v \cdot NPV}{IC} \quad (10)$$

Рассмотрим шкалу доходности. Согласно способу [4], по которому осуществляется шкалирование КНУР, в котором шкалирование риска производилось через показатели доходности, была представлена и обоснована следующая шкала:

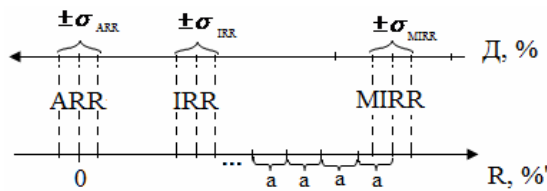


Рис. 3. Реперные точки на шкале уровня риска, переведенной в значения доходности [4]

где

$$a = (PI-1) \cdot 100\%. \quad (11)$$

Адаптируем её под исследуемый риск. Представленная шкала упорядочивает показатели доходности. Точка ARR интерпретируется как максимальная оценка доходности, в которой угроза возникновения добавленных расходов равен 0. Отметим также, что факторы риска могут также способствовать увеличению запланированного дохода. Но такая ситуации не влечёт за собой опасных последствий, а, следовательно, и не требует никаких превентивных мероприятий. Точка IRR интерпретируется как угроза дополнительных расходов, не позволяющих окупить капиталовложения, чья выгодность определена возможностью краткосрочных реинвестиций.

Но разбиение шкалы риска по доходностям не отображает критических ситуаций, т.е. риск, попадающий в зоны, поделенные доходностями, отображает угрозы потери некоторой части прибыли, что не является полным отображением возможных угроз предприятия. При более негативном исходе событий возникнет угроза потери сначала сверхприбыли, потом нормальной прибыли, а потом и оборотного капитала, а при очень неблагоприятном ходе событий – и основного капитала. Так же возможно и появление долга. Поэтому для отображения критических точек обратимся к структуризации капитала. Введём показатель DL, который на составляемой шкале будет интерпретироваться как реперная точка, попадание за которую риска, говорит об угрозе потери и прибыли и оборотного капитала. Поскольку базой расчёта доходности является IC, то исходя из этого и указанной смысловой нагрузки:

$$DL = \frac{OK}{IC}, \quad (12)$$

где OK – величина оборотного капитала.

Тогда на шкале доходности перечисленные показатели можно расположить следующим образом:

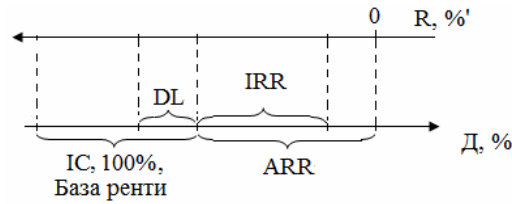


Рис.4. Место показателей на шкале доходности

Разобьём шкалу риска на реперные точки в соответствии с разбиением шкалы доходности и поставим в соответствие согласно (9) или (10) – результат одинаковый. Поскольку нас интересует измерение риска через доходность, а не наоборот, то для удобства перевернём шкалу. Учтём, что каждый показатель имеет свой риск, что раззоет реперные точки в обе стороны на величину риска соответствующего показателя. А показатель сверхприбыли в процентном выражении (11) используем для дополнительной разметки.

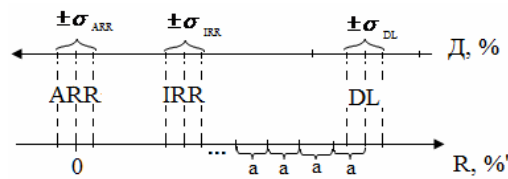


Рис. 5. Реперные точки на шкале уровня риска, переведённой в значения доходности

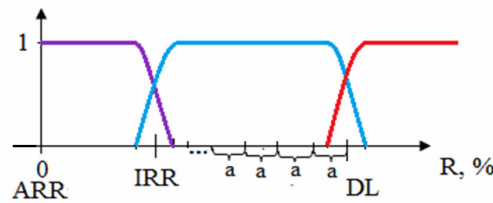


Рис. 6. Характеристическая функция

Таким образом, указанные реперные точки разбивают шкалу риска на 4 области. Область, находящаяся по левую сторону от 0 представляет собой ситуацию не требует действий по совершенствованию структуры формальной коммуникации (которая оценивается коммуникационно- и консолидационно-наведенным уровнем риска) и более того, характеризуется возможностью получения большей сверхприбыли, чем запланировано. В соответствии с классической классификацией эта область именуется безрисковой зоной.

Риск, попадающий в область между ARR и IRR, в такой классификации характеризуется как допустимый и грозит потерей сверхприбыли. Риск, попадающий в область, ограниченную точками IRR и DL представляет собой зону критического риска, требующую определённых мероприятий по улучшению структуры формальной коммуникации. И наконец, область правее точки DL, представляет собой область катастрофического риска, при которой следует, возможно, отказаться от инвестиционного проекта, и которая требует самых радикальных мер по улучшению структуры формальной коммуникации. Количество темп-множеств на шкале «уровень риска» определяется числом программ действий по снижению действия факторов риска, поэтому указанные зоны и общепринятые названия будут скорректированы, после установления их связи с программами действий. Проблема улучшения каналов коммуникаций была рассмотрена Джоном Гэлбрейтом. Решая эту проблему, он предложил ряд программ по разгрузки вертикальных и горизонтальных коммуникаций, которые и будут использованы как программы действия при данном шкалировании риска в дальнейшем исследовании.

Продолжая упомянутые эксперименты [1–3] и в соответствии с описанным способом шкалирования КНР, были проведены расчёты необходимых показателей. Были получены следующие результаты:

$$ARR = 68,73\%; IRR = 32\%; DL = 68,14\%; PI = 1,12; a = (PI-1) \cdot 100\% = 11,73\%; IC = 3\,666\,500 \text{ грн};$$

$$NPV = 932\,569,92 \text{ грн}; КНУР_0 = 9\,935\,879,70 \text{ грн}. \text{ Тогда } КНУР_{IC} = 270,99\%.$$

Такой результат попадает в зону катастрофического риска. Для наглядного объяснения полученного результата представим рис. 7.

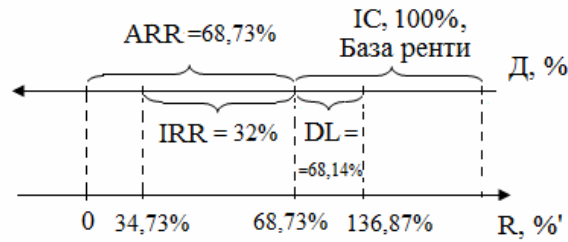


Рис. 7. Результати расчёта показателей на сопоставленных шкалах

Значение $КНУР_{IC} = 270,99\% > 136,87\%$, следовательно, попадает в зону катастрофического риска.

Выводы и направления дальнейших исследований. Описанные в статье результаты позволяют сделать следующие выводы. Предлагаемая шкала является попыткой объективного шкалирования, т.к. основывается на объективных общепринятых показателях доходности, тогда как в настоящее время имеет место субъективное шкалирование. Полученный результат, интерпретированный на ещё не до конца сформулированной модели диагностики структуры формальной коммуникации, позволяет говорить о важности показателя КНУР. Направлением первоочередных исследований является привязка программ Дж. Гэлбрейта к терм-множествам лингвистической переменной КНУР.

Литература

1. Дорошко М. В. Роль комунікаційно-наведеного ризику у моделюванні процесу комунікації агентів інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень / М. В. Дорошко // Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля. – 2009. – № 3 (133). – С. 76–82.
2. Дорошко М. В. Связанное и элиминированное определение уровней консолидационно-наведеного и коммуникационно-наведеного рисков / М. В. Дорошко // Матеріали III-ї Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених «Проблеми глобалізації та моделі стійкого розвитку економіки». – Луганськ, 2011. – С. 77–79.
3. Дорошко М. В. Эксперимент с имитационной моделью принятия инвестиционного решения с целью выявления уровня консолидационно-наведеного риска / М. В. Дорошко // Економіка. Менеджмент. Підприємництво : зб. наук. праць Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – Луганськ : СНУ ім. В. Даля, 2011. – Вип. 23 (I). – С. 116–122.
4. Кривуля П. В. Составление качественных шкал уровня риска по аналогии с соотношением дисконта к ренте и на основе сопоставления с упорядоченным рядом альтернативных показателей доходности / П. В. Кривуля, М. В. Дорошко // Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля. – 2011. – № 2 (156) Ч.1. – С. 82–87.

Надійшла 14.03.2011

УДК 658.12

Я. К. ДРАГОМІРОВА

Одеський державний економічний університет

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМИ КОНТРОЛІНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Розглянута та обґрунтована необхідність створення єдиного інформаційного простору на підприємстві, наведені етапи обробки інформації з метою комплексного управління підприємством, розглянута прийнята класифікація програмних продуктів та можливість їх використання в оперативному та стратегічному контролінгу.

Considered and necessity of a common information space in the company, these stages of information processing to integrated management of enterprises, the classification adopted by software and can use them in operational and strategic controlling.

Ключові слова: контролінг, оперативний, стратегічний контролінг, локальна система, фінансово-управлінська система, середня інтегрована система, велика інтегрована система.

В сучасних умовах функціонування підприємств все більше уваги приділяється такому явищу, як контролінг. Це, безумовно, пов'язано з динамічною мінливістю зовнішнього середовища, що відклало свій відбиток на зміщення акцентів при здійсненні процесу управління на підприємстві. Сучасна система управління підприємством повинна орієнтуватися на перерозподіл уваги з контролю в минулому на аналіз майбутнього; пришвидшення реакції на зміни зовнішнього середовища; збільшення гнучкості підприємства; здійснення безперервного відстеження змін, що відбуваються не тільки у зовнішньому, але й у внутрішньому середовищі підприємства; розробку такої системи дій, що забезпечуватиме життєздатність

підприємства у майбутньому та допоможе пристосуватися до кризових явищ. Багато підприємств мають дуже ускладнену систему управління підприємством, яка потребує чіткої координації, а потреба у релевантній інформації створює передумови для побудови спеціальної інформаційної системи, що забезпечить надходження потрібної та достовірної інформації у найкоротші строки.

Проблемам контролінгу були присвячені праці таких вчених, як Д. Хан, П. Хорват, Р. Манн, Е. Майер, Ю. Вебер, Х.Й. Фольмут, А. Дейле, Р. Рейхман, М.С. Пушкар, Н.Г. Данілочкіна, С.В. Данілочкін, Е.А. Аналькіна, А.М. Кармінський, Н.І. Оленев, А.Г. Примак, С.Г. Фалько, О.О. Дегрярьова, Л.А. Сухарева, С.Н. Петренко та інші.

Однак, погляди вчених на сутність поняття контролінгу неоднозначні та ґрунтуються на різних концепціях контролінгу. Координаційний підхід, засновником якого був П.Хорват, ґрунтується на необхідності координації між різними підсистемами управління, а саме, плануванням, контролем та інформаційним забезпеченням. Однак, через те, що проблеми координації можуть виникати всередині не тільки цих підсистем управління, виокремлюють також концепцію контролінгу з орієнтацією на загальну систему управління.

Концепція з орієнтацією на облік ґрунтується на тому, що основною метою діяльності підприємства є одержання прибутку. Основним джерелом інформації для цієї концепції, в першу чергу, є дані бухгалтерського обліку, які відображають сучасний стан підприємства та обмежуються тільки грошовими показниками.

Найбільш ширшу перспективу розкриває концепція контролінгу з орієнтацією на інформаційне забезпечення підприємства. Даний підхід охоплює всю цільову систему підприємства, забезпечує швидке надання якісної, актуальної, зорієнтованої на результат інформації, яка допомагає приймати ефективні управлінські рішення, а це є надзвичайно важливим в умовах кризи та жорсткої конкуренції. Інформаційним джерелом даної концепції є дані управлінського та фінансового обліку.

Таким чином, контролінг – це така система управління, яка не тільки координує підсистеми управління, але й забезпечує інформаційно-аналітичну діагностику реалізації поставлених цілей, виявляє відхилення та впроваджує заходи щодо коригування відхилень або цілей.

Система контролінгу орієнтується на досягнення усіх поставлених цілей підприємства. Однак, цілі можуть носити як оперативний, так і стратегічний характер, тому вирізняють систему контролінга, яка орієнтується на досягнення оперативних цілей (оперативний контролінг) та систему стратегічного контролінгу, яка орієнтується на досягнення стратегічних цілей.

Оперативний контролінг, перш за все, зорієнтований на короткостроковий результат, який має кількісний вираз, наприклад, рівень рентабельності, ліквідності та прибутку і має за мету допомагати менеджерам у досягненні цього результату, тобто створити таку систему управління, яка допоможе ефективно досягати поточних цілей підприємства, а також оптимізує співвідношення «витрати–прибуток» [3].

Стратегічний контролінг – це підсистема стратегічного менеджменту, що координує функції стратегічного аналізу, цілепокладання, планування та корекції стратегії; контролює функціонування всієї системи в цілому, а також завдає, розвиває та контролює підсистему стратегічного інформаційного забезпечення [2].

Таким чином, стратегічний контролінг – це така система управління, яка використовує зовнішню інформацію, за допомогою якої фіксує відхилення, що відбулися, коригує їх, діагностує існуючу стратегію на оптимальність у новостворених умовах та пропонує свою оптимальну стратегію за нових обставин.

Звісно, для ефективного функціонування системи стратегічного контролінгу, інформаційне забезпечення підприємства грає досить важливу роль.

У наш час, існуючий підхід до збору інформації реалізований в багатьох організаціях, має «функціональний» характер та розуміється, відповідно, як функція від інформаційного оточення, тому що зібрані бази даних зовнішньої та внутрішньої інформації лише іноді використовують функціональні служби для прийняття рішення. Звісно, даний підхід має ряд недоліків. По-перше, ці бази даних відображають функціональний підхід до діяльності підприємства, а не глибинне управлінське розуміння бізнесу. По-друге, тлумачення зібраних даних знаходиться під впливом уявлень про колишні чинники успіху. По-третє, спеціалісти відділів планування, фінансового забезпечення, маркетингу, інформаційних та інших технічних відділів, продовжують діяти виключно як одержувачі та зберігачі інформації.

Все інформаційне обслуговування підприємства спрямоване на одностороннє та вузьке постачання інформації лише для керівництва підприємства та рідко використовується для інформаційного забезпечення інших ланок управління з метою підготовки оптимальних управлінських рішень.

Однак, у наш час, підприємствам доводиться функціонувати в умовах швидких змін на ринку, більш коротшого циклу обертання товарів та послуг, мінливості споживчого попиту, де дуже важливою є комплексність інформаційної бази, завдяки якій керівництво зможе приймати як оперативні, так і стратегічні рішення, а також здійснювати контроль за їх виконанням. Тому використання сучасних методів збору, обробки, зберігання, аналізу інформації є одним з найважливіших важелів розвитку бізнесу.

В галузі інформаційних технологій завжди були взаємодоповнюючі один одного основні напрямки:

системи, орієнтовані на операційну обробку даних та системи, зорієнтовані на аналіз даних, так звані системи підтримки управлінських рішень. До останнього часу більшість підприємств використовували технології, що належать до першого напрямку. Однак, слід зауважити, що бази даних при автоматизації управлінських структур не дають самі по собі бажаного результату. Тому що функції, реалізовані в системі управління баз даних, суттєво відрізняються від функцій, необхідних управлінським структурам, так як інформація, що зібрана в базах даних, не адекватна інформації, яка необхідна для прийняття управлінського рішення.

В сучасних умовах функціонування підприємств склалася парадоксальна ситуація, коли різноманітної інформації доволі багато, але вона не структурована, не узгоджена, розрізнена, не завжди достовірна, а головне, її майже неможливо знайти. Таким чином, необхідно перейти до другого, зорієнтованого на аналіз даних напрямку робіт з інформатизації.

У зв'язку з цим створення єдиного інформаційного простору, як сукупності методичних, організаційних, програмних, технічних та телекомунікаційних засобів, які забезпечуватимуть оперативний доступ до будь-яких інформаційних ресурсів організації у межах компетенції та прав доступу спеціалістів є першочерговим завданням. В межах єдиного інформаційного простору стають можливими розробка і організація таких актуальних на сьогоднішній день напрямків, як створення єдиної інформаційної бази великої кількості віддалених один від одного об'єктів та підрозділів організації; високошвидкісна передача по каналах зв'язку будь-яких видів інформаційних потоків; підтримка діяльності всіх підрозділів та об'єктів організації; автоматизація всіх технологічних бізнес-процесів організації, оперативний контроль та управління процесами виробництва, транспортування та збуту, взаєморозрахунки зі споживачами та постачальниками, управління персоналом та інше.

Якщо пристрої електронної обробки даних використовуються не тільки для здійснення машинної інтегрованої обробки замовлень та підготовки звітності (документованих розрахунків), але й для машинних інтегрованих розрахунків з планування, регулювання та контролю, то можливо говорити про виникнення інструменту управління на базі ЕОМ. Такий інструмент виступає у вигляді комплексного механізму управління організацією, який складається з наступних основних блоків:

1. Аналітичний (система формалізованої обробки звітних даних з метою прийняття управлінських рішень);
2. Обліковий (система документообігу для інформаційного забезпечення управлінських рішень);
3. Організаційний (структура управління; функція та регламент координації, супідрядності та контролю діяльності відділів управління для забезпечення процесу управлінського та фінансового планування);
4. Програмно-технічний (програмний продукт, який підтримуватиме аналітичний, обліковий та організаційний блоки).

Також такий інструмент управління інтегрує інформаційну систему, орієнтовану на минулі роки, з інформаційною системою, орієнтованою на майбутнє. Від системи розрахунків вона відрізняється наступними параметрами:

1. Враховується планова інформація, яка частково готується на базі розрахункових моделей, вводиться та обробляється контрольна інформація.
2. Відповідно до принципу замкненого контуру управління на базі планових та контрольних показників формується інформація для регулюючих впливів, яка частково може бути використана автоматично, в якості директивних (контрольних) цифр [3].

На сьогоднішній день існує багато програмних продуктів, які покликані вирішувати ті або інші управлінські питання. За прийнятою в 1998 р. класифікацією їх прийнято розділяти на локальні, фінансово-управлінські, середні інтегровані і великі інтегровані системи.

Локальні системи призначені для ведення обліку по одному або декількох напрямках (бухгалтерія, збут, склади, облік кадрів та ін.). Системами цієї групи може скористатися практично будь-яке підприємство, якому необхідно управління фінансовими потоками та автоматизація облікових функцій. Характерними представниками цього класу є ІС, Альфа, БЕСТ, Інотек, Монополія, Флагман та ін.

Фінансово-управлінські системи можуть бути гнучко налаштовані на потреби конкретного підприємства. Такі системи добре інтегрують діяльність підприємства і призначені, в першу чергу, для обліку та управління ресурсами невиробничих компаній. Вони також є універсальними, однак значніше може виявлятися необхідність відображення специфіки діяльності конкретної компанії, оскільки функціональні можливості таких систем ширше, ніж локальних. Характерні представники – Solomon IV, ACCPAC, EFAS, Exact, Hansa, Platinum SQL, Concorde XAL, Navision, SCALA, БОСС, Галактика, Парус та ін..

Середні інтегровані системи призначені для управління виробничим підприємством та інтегрованого планування виробничого процесу. Ланцюжок оперативного планування "збут-виробництво-закупівля" є ядром систем (на основі процедур MRP-II). Підрозділи інфраструктури підприємства (фінанси, бухгалтерія, маркетинг та ін.) будують свою діяльність, спираючись на дані цього ланцюжка. Облікові функції, хоча і глибоко пропрацьовані, виконують допоміжну роль і часом неможливо виділити модуль

бухгалтерського обліку, оскільки інформація в бухгалтерію надходить автоматично з інших модулів. Характерні представники – IFS System IV, MFG / Pro, BPCS, CA-PRMS, Max, Renaissance, SyteLine.

Великі інтегровані системи відрізняються широтою охоплення, включаючи управління виробництвом, управління складними фінансовими потоками, корпоративну консолідацію, глобальне планування і бюджетування та ін., а також глибиною підтримки процесів управління великих багатофункціональних груп підприємств (холдингів або ФПГ). Характерні представники – SAP R / 3, Oracle, JD Edwards, VaaN [1].

Однак, більша кількість програмних продуктів, як вітчизняного, так і іноземного походження, так чи інакше, налаштована на вирішення проблем, що виникають при реалізації оперативного контролінгу. Однак, інформаційні продукти, що спрямовані на підтримку стратегічного контролінгу, є надзвичайно важливими для підприємства, але їх кількість дуже мала.

Програми, які можуть бути використані при реалізації стратегічного контролінгу, зокрема, – SAP R/3, SAS System (SAS Inst). Програма SAP R/3 може здійснювати моделювання за допомогою інструмента сценарію розвитку, а SAS System (SAS Inst) допускає реалізацію окремих завдань стратегічного контролінгу.

Для реалізації контролінгу на підприємстві необхідно використовувати ефективне інтегроване програмне забезпечення. При цьому необхідний прискіпливий підбір консультантів (системних інтеграторів), так як бізнес-процеси промислового підприємства не можуть бути апроксимовані методами управління, розповсюдженими в роздрібній торгівлі або сфері послуг, якою б гарною не була система, яка їх підтримує та які б компетентні не були консультанти, які її впровадили. Також слід пам'ятати, що сама досконала інформаційна база не принесе бажаного результату, якщо не змінити компетенцію персоналу, маючи на увазі не тільки організаційні (зобов'язання, повноваження), але й кваліфікаційні (можливості, здібності, навички) параметри. Саме тому в основу розробок повинні бути закладені рамкові організаційні умови, на кшталт, «людина–техніка», що включають у себе в якості взаємопов'язаних компонентів організаційної структури людські ресурси та технічні засоби [3].

Література

1. Дегтярева О. А. Контроллинг : [учебное пособие] / Дегтярева О. А. – Одесса : Пальмира, 2008. – 364 с.
2. Попов А. С. Стратегический менеджмент / Попов А. С. – М. : Дело и Сервис, 2003. – 456 с.
3. Попченко Е. Л. Бизнес-контроллинг / Е. Л. Попченко, Н. Б. Ермасова. – М. : Изд-во «Альфа-Пресс», 2006. – 288 с.

Надійшла 14.03.2011

УДК 681.3.06:339.13

В. В. ЛИМАН

Вінницький фінансово-економічний університет

ВИКОРИСТАННЯ ЗАСОБІВ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНІВ

Розглянуто комплекс засобів маркетингових комунікацій Інтернет-магазинів. Обґрунтовуються особливості застосування таких засобів, як пошукова оптимізація, контекстна реклама, соціальні мережі і форуми, offline реклама та інші. Описані інструменти аналізу ефективності застосування засобів маркетингових Інтернет-комунікацій.

The complex of means of marketing communications of e-commerce shops is considered. Singularities of application of such means, as retrieval optimization, context-sensitive advertizing, social networks, offline advertizing, and others are justified. The described tools of the performance analysis of application of means of marketing communications in the Internet.

Ключові слова: Інтернет-магазин, маркетингові Інтернет-комунікації, контекстна реклама, пошукова оптимізація.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Швидке зростання числа Інтернет-користувачів та впровадження широкопasmового Інтернету створило умови для широкого використання Інтернет-комунікацій для рекламних цілей та організації торгівлі через Інтернет. Маркетингові комунікації в середовищі Інтернет мають більш високі можливості з точки зору оперативності поширення і сприйняття інформації користувачами, в порівнянні, зокрема, із засобами традиційної реклами. Вони мають високу вибірковість при поширенні інформації, орієнтованої на цільову аудиторію, і широкі можливості надання додаткової інформації про асортимент та якість товарів і послуг, які рекламуються. Ефективне використання маркетингових Інтернет-комунікацій сьогодні є важливою складовою конкурентоспроможності багатьох об'єктів господарювання. Особливо важливим є ефективне використання Інтернет-комунікацій для таких онлайн-комерційних проектів, як Інтернет-магазини, саме існування яких значною мірою залежить від правильного вибору засобів маркетингового просування.

Разом з тим, питання практичного застосування комплексу засобів маркетингових комунікацій Інтернет-магазинів на сьогодні недостатньо досліджені та систематизовані. Це призводить до помилок в оцінках потенційною конкурентоздатності магазину при його проектуванні, та до непродуктивних витрат Інтернет-магазинів внаслідок недосконалого планування маркетингових комунікацій. Так, на початку 2010 року, в зв'язку з банкрутством великих роздрібних мереж, багато спеціалістів по торгівлі перейшли працювати в Інтернет-торгівлю. В травні 2010 кількість українських Інтернет-магазинів, що торгують технікою, збільшилась майже вдвічі. Однак, більшість цих нових проектів зникли ще до кінця року [1].

Тому сьогодні є актуальними подальші дослідження маркетингових Інтернет-комунікацій, їх класифікація та практичні рекомендації із використання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Питання класифікації та застосування засобів маркетингових комунікацій в Інтернет розглядаються в працях таких вчених як, Хэнсон У., Успенский И.В., Зиссер Ю.А., Колисниченко Д.Н., Ашманов И.С., Иванов А.А. [2–6] та ін. В роботах українських вчених Литовченко І.Л. і Пилипчука В.П. [7, 8] досліджується комплексний характер маркетингових Інтернет-комунікацій та специфіка окремих маркетингових інструментів.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття. На сьогодні накопичені теоретичні дослідження з розвитку засобів Інтернет-комунікацій. Але для ефективного практичного застосування цих засобів необхідно враховувати особливості їх практичного використання при вирішенні конкретних маркетингових завдань. Сьогодні конкурентоспроможність багатьох Інтернет-магазинів безпосередньо залежить від володіння інструментами маркетингових комунікацій, від вміння планувати ефективні стратегії застосування комплексу засобів маркетингових комунікацій. При цьому повинні бути враховані особливості їх використання, витрати і можливі ризики. Отже, виникла потреба у вдосконаленні класифікації засобів маркетингових Інтернет-комунікацій Інтернет-магазину, з врахуванням узагальненого досвіду їх практичного використання.

Формулювання мети або цілей статті (постановка завдання). Метою написання цієї статті було систематизувати засоби маркетингових Інтернет-комунікацій Інтернет-магазинів та узагальнити досвід використання цих засобів для вирішення конкретних маркетингових задач. Розглядаються просування сайту в пошукових системах, контекстна реклама, використання прайс-агрегаторів, соціальні мережі, offline реклама та інші форми Інтернет-комунікацій, що використовуються в практиці маркетингової діяльності Інтернет-магазинів.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Потенційні покупці можуть приходити на сайт Інтернет-магазину з пошукових систем (Яндекс, Google та інших), з інших сайтів, або ж використовуючи прямий набір користувачем адреси сайту в адресному рядку браузера. Залежно від обраного способу просування магазину, збільшується частка того чи іншого шляху. Так, пошукова оптимізація сайту призводить до збільшення кількості користувачів, які приходять на сайт з пошукових систем. Контекстна та банерна реклама сайту, а також реклама в соціальних мережах ведуть до збільшення кількості переходів на сайт з інших сайтів. А використання традиційних форм реклами (радіо, телебачення, преса, зовнішня реклама) збільшують кількість користувачів Інтернет, які приходять на сайт завдяки прямому введенню його адреси в адресному рядку браузера. При комплексному просуванні великих Інтернет-проектів можуть використовуватися всі три шляхи, по яких приходять відвідувачі на сайт Інтернет-магазину. Для Інтернет-проектів з обмеженим фінансуванням перевага може віддаватися одному із шляхів залучення відвідувачів. Які саме засоби виявляться найбільш ефективними в тому чи іншому випадку залежить від багатьох факторів, в тому числі від компетентності персоналу, який залучається для організації рекламної компанії. Досвід практичного використання засобів отримання трафіку для сайтів комерційної спрямованості широко обговорюється на таких спеціалізованих Інтернет-форумах, як [www.mastertalk.ru], [www.searchengines.ru] та інших. Узагальнення цих матеріалів, апробованих автором при організації рекламних компаній Інтернет-магазинів, наведено нижче при розгляді засобів маркетингових Інтернет-комунікацій Інтернет-магазинів.

Одним з найбільш використовуваних засобів залучення відвідувачів на сайт Інтернет-магазину сьогодні є контекстна реклама. Оскільки цей вид реклами дозволяє почати показ рекламних оголошень безпосередньо після налаштування рекламного акаунта, рекламна компанія з використанням контекстної реклами відрізняється надзвичайно швидким стартом. З огляду на це, доцільно використовувати контекстну рекламу в початковий період після запуску сайту, коли його позиції в пошуковій видачі пошукових систем ще низькі. Короткий період організації рекламної кампанії також сприяє ефективному використанню контекстної реклами у випадку організації продажу сезонних товарів. Найбільш популярними провайдером контекстної реклами сьогодні є Google AdSense [www.google.com/adsense], рекламна мережа Яндекса [www.partner.yandex.ru] і [www.begun.ru]. Рекламні блоки контекстної реклами з'являються на сторінках сайтів пошукових систем, порталів або каталогів, що містять певні тематичні словосполучення. Завдяки тому, що контекстна реклама оплачується залежно від кількості переходів на сайт, рекламодавець отримує тільки цільових відвідувачів. Вартість одного переходу на сайт рекламодавця може становити приблизно 0,03–1 дол. залежно від конкурентності тематики і від кваліфікації персоналу, який займається

налаштуванням параметрів рекламної кампанії. Кількість рекламних місць в рекламних блоках зазвичай обмежена, тому в конкурентних тематиках будуть з'являтися оголошення тих рекламодавців, хто призначить більшу ціну за клік (перехід). В разі браку досвіду в налаштування параметрів контекстної реклами, доцільно зробити декілька пробних малобюджетних рекламних кампаній, для більш оптимальної настройки. Або довірити цю роботу агентствам, що спеціалізуються на Інтернет-рекламі. Досить поширеною є практика, коли на початку роботи Інтернет-магазину основна кількість відвідувачів залучають на сайт через контекстну рекламу. А після того, як піднімаються позиції сайту Інтернет-магазину в пошукових системах, витрати на контекстну рекламу зменшують.

Іншим з найважливіших джерел відвідувачів є пошукова оптимізація сайту Інтернет-магазину, яка дозволяє отримувати постійний потік цільових відвідувачів. При правильному пошуковому просуванні сайту в пошукових системах, ціна трафіку в перерахунку на одного відвідувача, як правило, у кілька разів нижча, ніж від контекстної реклами. Роботи по просуванню сайту в пошукових системах складається з його внутрішньої оптимізації та організації посилань на сайт, що просувається з інших сайтів.

Надзвичайно важливим чинником внутрішньої оптимізації є використання на сайті унікального, не скопійованого з Інтернету контенту. Оскільки сторінки з унікальними текстами описів товарів мають значно кращі шанси зайняти більш високі позиції у видачі пошукових систем. Іншим важливим чинником внутрішньої оптимізації є наявність на сторінках, присвячених певного товару, словоформ з його назвою, а також наявність таких словоформ у текстах посилань на цю сторінку з інших сторінок сайту. Наприклад, замість фрази «Характеристики» краще використовувати фразу «Характеристики такого-то товару», замість посилання «Замовити» краще використовувати «Замовити такий-то товар».

Організація зовнішніх посилань на сайт, що просувається в висококонкурентних тематичних зонах, Як правило, потребує закупівлі великої кількості посилань з інших сайтів. Для виконання ефективної закупівлі зовнішніх посилань на сторінки Інтернет-магазину в достатній кількості і потрібної якості необхідно мати досвід пошукового просування і досить високу кваліфікацію. Тому виконання цієї роботи в багатьох випадках доцільно доручати спеціалістам. Для Інтернет-магазинів, що відносяться до тематичної ніші з невисокою конкуренцією, помітну користь можуть принести посилання з каталогів, коментарів до блогів або форумів, тощо. Реалізація такого роду безкоштовних посилань не потребує високої кваліфікації виконавців. Однак, слід зазначити, що отримання безкоштовних посилань з Інтернету часто не так вже й безкоштовно, враховуючи витрачений час.

Потрібно відзначити, що пошукова оптимізація є досить інерційною формою просування товарів на ринок. Тому у випадку сезонних продажів (до Нового року, 8 березня, тощо) рекламну компанію, орієнтовану на просування в пошукових системах, найбільш доцільно починати розпочинати за 2–3 місяці до запланованого піку продаж.

Використання прайс-агрегаторів доцільно у випадку, якщо ціна в Інтернет-магазині не завищена в порівнянні з конкурентами. Такі сайти, як www.hotline.ua, www.price.ua та інші порівнюють ціни на певні товари з різних магазинів. Вартість «унікального» переходу на сайт Інтернет-магазину коштує рекламодавцеві близько 0,1–0,2 дол. Укладення угоди з прайс-агрегатором може бути вигідним як для маловідомих Інтернет-магазинів, так і для великих Інтернет-магазинів, здатних встановлювати більш низькі в порівнянні з конкурентами ціни.

Соціальні мережі стають все більш дієвим середовищем проведення рекламних кампаній. Реклама Інтернет-магазину в www.odnoklassniki.ua, www.vkontakte.ru, www.facebook.com на сьогодні вважається однією з найбільш ефективних. Дієвість рекламних кампаній, що проводяться в соціальних мережах, перш за все обумовлена дуже великою популярністю таких мереж. Крім того, оскільки значна частина Інтернет-користувачів більше довіряє думці своїх колег, партнерів по Інтернет-товариству, сусідів, ніж телевізійній і радіо-рекламі, як і іншим видам явно проплаченої реклами, донесення інформації про товари і послуги через такі форми Інтернет-спілкування має надзвичайно великим потенціалом.

Offline реклама Інтернет-магазину може проводитися в наступних формах:

- реклама Інтернет-магазину на біг-бордах;
- роздача флаєрів або купонів на знижки у торгових центрів;
- реклама у громадському транспорті;
- спонсорську участь у громадських заходах;
- мобільні SMS-розсилки
- розклеювання оголошень та інше.

Обговорення Інтернет-магазину на регіональних форумах і в блогах може сприяти популяризації Інтернет-магазину та підвищенню довіри до нього. Інтернет-активність на тематичних сайтах, блогах і форумах може бути у формі коментарів, порад, написання статей й т.п.

Телевізійна й радіо-реклама може стати досить дієвим чинником залучення відвідувачів Інтернет-магазину, особливо якщо його ціни не вище цін конкурентів.

Розсилка листів по електронній пошті, з огляду на високий рівень автоматизація операцій, може бути надзвичайно ефективним і економічно вигідним засобом залучення клієнтів. За допомогою

електронних листів можна повідомляти про акції, знижки, нові товари. Однак, щоб такі листи не асоціювалися зі спамом, слід відправляти їх лише адресатам, які тим чи іншим способом висловили зацікавленість у отриманні інформаційних листів. Наприклад, оформив передплату на розсилку новин Інтернет-магазину.

Банерна реклама, окрім залучення відвідувачів на сайт, може виконувати також функції іміджевої реклами Інтернет-магазину, підвищуючи пізнаваність сайту і довіру до нього. При комплексному просуванні Інтернет-магазину банерна реклама може служити доповненням до контекстної реклами та пошукового просування.

Ще одним засобом залучення Інтернет-аудиторії на сайт можуть служити генератори трафіку, такі як [www.marketgid.com], [www.meta.ua] та інші. Для унікальних товарів, або надзвичайно привабливих за ціною, може також використовуватись тізерна реклама, із зображеннями товарів.

Використовуючи різні засоби залучення відвідувачів на сайт Інтернет-магазину, надзвичайно важливо аналізувати ефективність кожного з використовуваних засобів. Детально дослідити джерела потоків відвідувачів сайту дозволяє сервіс Google Analytics [www.google.com/analytics]. Налаштування цього сервісу дозволяють відслідковувати ефективність різних джерел відвідувачів сайту, аналізувати якість і ефективність потоку відвідувачів на сайт Інтернет-магазину. Велику допомогу у визначенні найбільш ефективної стратегії просування конкретного Інтернет-магазину може надати розрахунок середньої вартості залучення на сайт одного відвідувача за допомогою кожного з використовуваних засобів, а також розрахунок опосередкованого прибутку від залученого відвідувача, виконані на основі аналізу статистики відвідувань сайту.

Наведені вище рекомендації щодо практичного використання окремих засобів маркетингових комунікацій були використані при просуванні сайту www.energycity.ru компанії, що надає послуги по виконанню сантехнічних та електромонтажних робіт в Москві. Для виконання робіт по залученню на сайт цільових відвідувачів, своїх потенційних клієнтів, компанія звернулася до маркетингової агенції [Mediaguru](http://www.mediaguru.ru) (www.mediaguru.ru), що входить до корпорації «Российские Бизнес Системы», м. Москва.

Оскільки маркетингова агенція спеціалізується на контекстній та медійній рекламі, її фахівцями було надано план рекламної компанії, яка пропонувала розміщення контекстної реклами на майданчиках yandex.ru, google.ru, google.com та gambler.ru. Зокрема, розміщення 52 текстових блоків з ключовими словами через систему Яндекс.Директ коштувало 102879 руб. на місяць. При цьому очікувався перехід на сайт 2021 відвідувачів. На час складання кошторису, 19.03.2010р., один долар США коштував 29,22 російських рублів. Виходячи з цього, згідно з запропонованим маркетинговою агенцією проектом, залучення одного відвідувача сайту коштувало $102879/29,22/2021 = 1,74$ дол.

Нами була запропонована інша стратегія збільшення кількості відвідувачів сайту. Замість швидкого нарощування кількості відвідувачів засобами контекстної реклами, було запропоновано повільне, але значно дешевше нарощування кількості цільових відвідувачів засобами пошукової оптимізації. Завдяки внутрішній оптимізації та закупівлі постійних посилань з тематичних сайтів протягом періоду з квітня по серпень 2010 року кількість відвідувачів сайту зросла з 25 до 45 відвідувачів на день. Такий рівень потоку цільових відвідувачів повністю забезпечив замовленнями всі виробничі потужності компанії. Тому подальші роботи по збільшенню кількості відвідувачів сайту не проводились. Витрати компанії [Energycity](http://www.energycity.ru) на проведення робіт з пошукової оптимізації за період з квітня по серпень 2010 року становили 200 дол. щомісяця. Станом на серпень, коли на протязі 31 дня кількість відвідувачів становила в середньому 45 чоловік на день, тобто кількість додатково залучених відвідувачів складала біля 20 чоловік щоденно, вартість залучення одного додатково залученого відвідувача сайту становила $200/31/20 = 0,32$ дол. Від серпня по сьогоднішній день кількість відвідувачів сайту знаходиться в межах 40–45 чоловік на день, без будь-яких витрат на просування сайту.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. 1. Засоби маркетингового просування Інтернет-магазину застосовують під час роботи магазину, але планувати їх застосування потрібно на етапі його створення. Особливо це стосується пошукової оптимізації сайту, з урахуванням вимог якої повинна бути спроектована внутрішня структура Інтернет-магазину.

2. Найбільш вживаними на сьогодні є такі засоби маркетингових комунікацій інтернет-магазинів, як контекстна реклама та пошукова оптимізація. Контекстну рекламу найчастіше використовують у випадках, коли потрібен швидкий старт рекламної компанії, для сезонних продажів, при низьких позиціях сайту інтернет-магазину в результатах видачі. Пошукова оптимізація характеризується повільним нарощуванням кількості відвідувачів, час якого може складати від кількох тижнів до кількох місяців. Але вартість залучення на сайт одного відвідувача засобами пошукової оптимізації, як правило, значно нижча від інших засобів маркетингового просування.

3. Вибір оптимального комплексу засобів просування Інтернет-магазину залежить від багатьох чинників, таких як асортимент товарів, рівень цін по відношенню до цін конкурентів, розмір запланованого на цілі просування бюджету, і багато інших. Для планування шляхів підвищення ефективності рекламних компаній доцільно використовувати дані статистичних та аналітичних сервісів, що дозволяють аналізувати та порівнювати ефективність окремих засобів маркетингових комунікацій.

Література

1. Большинство новых Интернет-магазинов техники исчезли к концу года [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://biz.liga.net/news/E1100298.html>
2. Хэнсон У. Internet-маркетинг : [учебно-практическое пособие] / Хэнсон У. ; [пер. с англ. Ю. А. Ципкина]. – М. : Юнити-Дана, 2001. – 527 с.
3. Успенский И. В. Интернет-маркетинг : [учебник] / И. В. Успенский. – Спб. : Изд-во СПГУЭиФ, 2007. – 370 с.
4. Зиссер Ю. А. Маркетинг on-line: как превратить сайт компании в эффективный инструмент продаж / Зиссер Ю. А. – Минск : Изд-во Гребцова, 2007. – 304 с.
5. Колисниченко Д. Н. Поисковые системы и продвижение сайтов в Интернете / Колисниченко Д. Н. – М. : «Диалектика», 2007. – 272 с.
6. Ашманов И. С. Продвижение сайта в поисковых системах / И. С. Ашманов, А. А. Иванов. – М. : "Вильямс", 2008. – 302 с.
7. Литовченко І. Л. Інтернет-маркетинг : [навч. посібник] / І. П. Литовченко, В. П. Пилипчук. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – С. 102–104.
8. Литовченко І. Л. Удосконалення класифікації засобів маркетингової комунікативної діяльності / І. Л. Литовченко // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – Львів : Львівська політехніка, 2009. – № 649. – С. 97–104.

Надійшла 14.03.2011

УДК 681.518:339.146.2

Н. С. МЕДЖИБОВСЬКА

Одеський державний економічний університет

ОРГАНІЗАЦІЙНО-УПРАВЛІНСЬКИЙ МЕХАНІЗМ ЕЛЕКТРОННОГО ПОСТАЧАННЯ

Стаття присвячена питанням формування систем електронного постачання промислових підприємств. Розглянуто переваги й недоліки різних варіантів впровадження таких систем. Запропоновано механізм роботи системи, найбільш релевантний для сучасних умов господарювання в Україні. Розглянуті його основні етапи, визначені учасники і їхні повноваження. Розроблено організаційну структуру, що здатна ефективно реалізувати роботу системи електронного постачання на промисловому підприємстві.

This paper is dedicated to the development of electronic procurement systems on industrial enterprises. It considers the advantages and disadvantages of different alternatives for this development. According to current Ukrainian business conditions we offer the most relevant mechanism for electronic procurement systems' application and consider its main stages and participants such as their responsibilities. Also we designed the organizing structure which most effectively realizes the electronic procurement system operation on industrial enterprises.

Ключові слова: інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ), логістика, матеріально-технічне постачання, інформаційна система, електронне постачання.

Сучасна практика господарювання наводить вагомі докази того, що матеріально-технічне постачання з функції підтримки виробництва поступово трансформується в інструмент досягнення конкурентних переваг. Гострота конкурентної боротьби ставить підвищені вимоги до пошуку рішень, які не тільки дозволяють скоротити витрати на постачання й тривалість логістичного циклу, але й зменшити невизначеність бізнес-середовища. Одним з діючих інструментів трансформації постачання в стратегічну бізнес-функцію є так зване електронне постачання. Під електронним постачанням розуміється організаційно-управлінський механізм, у рамках якого підприємства використовують ІКТ для автоматизації одного або більше етапів процесу постачання.

Проблема використання ІКТ у матеріально-технічному постачанні розкривається в працях таких закордонних учених, як Венкатраман Н., Гунасекаран А., Гупта М., Давіла А., Кім К.К., Кнудсен Д., Крум С.Р., Мончка Р.М., Мун М.Д., Муффато М., Нгаї Е.В.Т., Ніф Д., Палмер Р., Панайоту Н.А., Раджжумар Т.М., Флінн А., Хендфілд Р., Чаудари В., а також українських учених Гірної О.Б., Крикавського Є.В., Неурова І.В., Окландера М.А., Чернописької Н.В., Чухрай Н.І. та ін.

Дані дослідження доводять значимість ІКТ для трансформації функцій постачання й акцентують увагу на варіативності застосування електронного постачання в різних господарських ситуаціях. У цьому зв'язку метою даної статті є розробка механізму функціонування системи електронного постачання на промисловому підприємстві при закупівлях основних (стратегічних) матеріалів. Практика показує, що підприємства починають автоматизацію постачання з периферійних бізнес-процесів [1]. Так, на першому етапі автоматизують покупки товарів невиробничого призначення, таких як офісне приладдя, комп'ютерна техніка, предмети гігієни, папір тощо. Такі експерименти мають на меті вивчення переваг електронного постачання й одночасно не пов'язані з ризиком порушення цілісності основного ланцюга поставок.

Ми вважаємо що, незважаючи на привабливість описаного вище «обережного» методу автоматизації, системи електронного постачання повинні обслуговувати всі категорії закупівель підприємства й бути інтегровані із внутрішніми інформаційними системами підприємства. У протилежному разі вони стають дорогими рішеннями, що реалізують лише невелику частку витрат компанії.

Обмеження ризику можна досягти поступовістю розгортання системи в напрямку залучення нових постачальників, додавання нових інструментів електронного постачання тощо. Іншими словами, система електронного постачання повинна вже спочатку будуватися з урахуванням повної функціональності й широти охоплення.

Далі, деякі вчені пропонують «підхід, що складається в послідовному освоєнні технології роботи спочатку у відкритій системі, а потім – у корпоративній системі» [2]. Мається на увазі робота на електронних ринках, які є відкритими системами й поєднують у віртуальному просторі множинних покупців і продавців (тобто робота в режимі “багато хто до багатьох”, на відміну від корпоративної системи електронного постачання, що реалізує взаємини “один до багатьох”). Логіка такого підходу полягає в нагромадженні первинного досвіду роботи із системою електронного постачання й на основі цього виявлення специфічних особливостей і визначення індивідуального регламенту роботи з постачальниками залежно від ряду факторів. Більше того, робота на електронному ринку може стати першим кроком до розробки технічного завдання й грамотної постановки задачі для створення корпоративної системи електронного постачання [2].

Визнаючи логічність даного підходу, ми змушені констатувати неможливість його застосування в сучасних умовах господарювання в Україні через відсутність у нашій країні електронних ринків світового зразка. Існуючі в Україні електронні ринки (що називають себе електронними торговельними площадками, електронними майданчиками тощо) являють собою електронні дошки оголошень без можливості здійснення трансакцій і одержання додаткових послуг фінансового та ін. характеру. Вони лише дозволяють покупцям і продавцям знаходити один одного в рамках певного Web-сайту й домовлятися про умови угоди. Всі кроки, що стосуються виконання договору, у більшості випадків залишаються за межами електронної системи.

У цьому зв'язку нами пропонується використання систем електронного постачання, що обслуговує взаємини типу один-до-багатьох. Учасниками такої системи є:

- працівник відділу збуту – співробітник, що формує план реалізації готової продукції;
- працівник аналітичного відділу – співробітник, відповідальний за складання плану закупівель;
- працівник відділу постачання – співробітник, відповідальний за формування й розсилку електронних запитів, організацію й проведення зворотних аукціонів, контроль виконання постачальниками своїх зобов'язань тощо;
- менеджер відділу постачання – співробітник, відповідальний за вибір і оцінку постачальників, управління взаєминами з ними, укладання і управління контрактами, аналіз і управління витратами тощо;
- працівник складу – співробітник, відповідальний за одержання й перевірку матеріальних цінностей і генерування прибуткового ордеру.

Стандартна організаційна структура промислового підприємства передбачає підпорядкування перерахованих вище співробітників різним структурним одиницям. Така роз'єднаність ускладнює координацію дій у рамках системи електронного постачання. У цьому зв'язку ми пропонуємо реорганізацію адміністративного апарату промислового підприємства в напрямку створення єдиної структури управління матеріальним потоком. Вона повинна включати відділ постачання, відділ збуту, транспортний відділ, складське господарство, виробничо-диспетчерський відділ і аналітичний відділ і бути підконтрольною безпосередньо керівникові (директорові) підприємства.

На рис.1 наведена схема функціонування системи електронного постачання (границі між підрозділами відзначені пунктирними лініями).

Початковим етапом роботи системи електронного постачання є розробка аналітичним відділом стратегії електронного постачання (блок 1), що включає:

- визначення спектра матеріальних ресурсів, що закуповуються за допомогою системи електронного постачання;
- виділення матеріальних ресурсів, для закупівлі яких можуть проводитися зворотні аукціони ¹;
- визначення порядку проведення зворотних аукціонів;
- визначення стратегії вибору постачальників – потенційних учасників зворотних аукціонів;
- визначення критеріїв вибору переможця зворотного аукціону;
- виділення матеріальних ресурсів, для закупівлі яких використовуються електронні каталоги;
- правила виділення «прийнятих» ² постачальників і «прийнятих» каталогів;
- стратегію управління каталогами;
- методологію проведення електронних переговорів тощо.

¹Зворотний аукціон (reverse auction – англ.) – такий вид торгів, при якому покупці виставляють заявки на необхідні матеріальні ресурси, а продавці змагаються, пропонуючи крашу ціну й умови

²Постачальники, у яких дозволено закупівля певних матеріальних ресурсів співробітниками підприємства-покупця відповідно до їх повноважень

Далі відділ збуту акумулює інформацію про замовлення, що надійшли (блок 2) і на її основі й з урахуванням аналізу ринку й прогнозування попиту складає план продажів на звітний період (блок 3). Ця інформація надходить до аналітичного відділу, який здійснює обґрунтування плану закупівель (блок 4).

Відділ постачання відповідно до плану закупівель проводить роботу з оцінки й вибору постачальників (блок 5). Дана оцінка проводиться на підставі аналізу ринку й із використанням досвіду роботи з уже наявними постачальниками (блок 13). Для з'ясування здатності й готовності постачальників реалізувати потреби підприємства в матеріальних ресурсах відділ постачання формує й розсилає їм запити (блок 6). У результаті ведення електронних переговорів визначаються основні параметри взаємодії й відбувається підписання контрактів (блок 7а). Підписання контрактів відповідно до законодавства України можливо в електронній формі (із використанням електронно-цифрового підпису), хоча в практиці господарювання переважають паперові договори й особиста участь.

У випадку організації зворотного аукціону формуються й розсилаються електронні документи (блок 6) із вказівкою предметів аукціону й запитом про ціну. Далі проводиться власно зворотний аукціон (блок 7б) і здійснюється вибір переможця відповідно до встановлених критеріїв.

Таки образом, блок 6 передує як блоку підписання контрактів (7а), так і блоку проведення зворотних аукціонів (7б), тільки типи запитів можуть відрізнятися. Для зручності ми об'єднали їх в один блок, оскільки залежно від бізнес-правил конкретного підприємства вимогою участі у зворотному аукціоні може бути наявність контракту з постачальником, або навпроти, контракт укладається після перемоги постачальника у зворотному аукціоні.

Важливо, що в системі електронного постачання основними джерелами формування замовлення є заявки, сформовані в рамках існуючих контрактів (в ідеалі – на основі електронних каталогів) і заявки, реалізовані за допомогою механізму проведення зворотних аукціонів.

Далі відбувається формування замовлення і його передача в інформаційну систему постачальника (блок 8). Після цього здійснюється доставка матеріальних ресурсів на склад підприємства, генерується прибутковий ордер (блок 9) і проводиться вхідний контроль (блок 10).

Інформація із блоку 7а (укладання контрактів) акумулюється в блоці управління контрактами (блок 11) і використовується для багатобічного зіставлення документів, відновлення, зміни й поновлення контрактів, вирішення конфліктів тощо.

Інформація блоку 10 і блоку 12 (контроль над коректністю виконання постачальниками своїх зобов'язань) використовується для управління взаєминами з постачальниками (блок 13). Витрати ідентифікуються на всіх етапах процесу постачання й направляються на аналіз (блок 14).

Вся релевантна інформація із блоків 11, 13 і 14 направляється в аналітичний відділ для аналізу й складання звітності (блок 15).

В результаті проведеного дослідження ми можемо зробити такі важливі висновки.

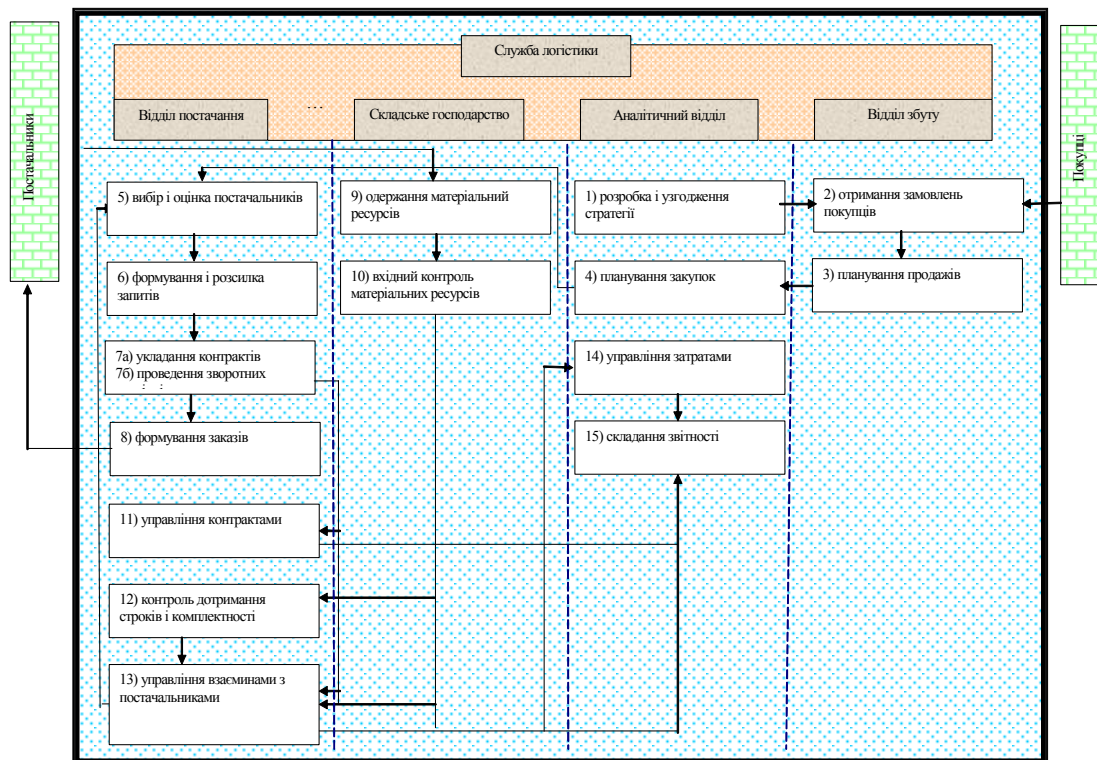


Рис. 1. Схема процесу електронного постачання

1. Система електронного постачання є інтегруючою ланкою між інформаційними системами підприємства і його постачальників і забезпечує підтримку таких етапів процесу постачання:

- підготовка й затвердження номенклатурних планів постачання;
- проведення процедур вибору постачальників;
- предконтрактна підготовка й укладання контракту;
- розміщення й узгодження замовлень на матеріально-технічні ресурси з постачальниками продукції,

- облік відвантажень і надходжень продукції вантажоодержувачам;

- облік оплат постачальникам продукції;

- ведення звітності й здійснення контролю над ходом виконання плану поставок продукції тощо.

Крім підтримки перерахованих вище етапів, система електронного постачання виконує також сервісні функції:

- підтримку бази каталогів постачальників продукції;

- ведення бази даних службової інформації з постачальників продукції;

- ведення дошки оголошень;

- ведення єдиного класифікатора матеріально-технічних ресурсів тощо.

2. Функціонування системи електронного постачання повинно реалізовуватися єдиною службою, що є центром управління постачанням підприємства, зосередженням усіх повноважень у сфері матеріально-технічного постачання.

Література

1. Davila A. Moving procurement systems to the Internet: the adoption and use of e-procurement technology models / A. Davila, M. Gupta, R. Palmer // European Management Journal. – 2003. – № 21 (1). – С. 11–23.

2. Гулько Д. Система електронного постачання корпорації / Д. Гулько // Московські торги. – 2002. – № 4.

Надійшла 14.03.2011

УДК 330.131.7

Ю. О. ПЛОНСЬКА

Одеський національний політехнічний університет

ОБҐРУНТУВАННЯ РІШЕННЯ ЩОДО ВИБОРУ ПОСТАЧАЛЬНИКА З МЕТОЮ МІНІМІЗАЦІЇ РИЗИКІВ СУДНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Розглянуто основні особливості вітчизняного суднобудування, виділено і узагальнено характерні ризики. Обґрунтовано зв'язок між вибором постачальника та рівнем ризиків підприємства. Визначено параметри, що є вагомими при виборі постачальника для суднобудівного підприємства; розроблено методичний підхід до вибору постачальника з урахуванням ризику.

In the paper main features of Ukrainian shipbuilding enterprises are considered. The main risks of shipbuilding enterprises have been found out. The technique of a choice of the suppliers for decreasing general risk level of shipbuilding enterprise has been proposed.

Ключові слова: ризик, суднобудування, постачальник, бальна оцінка.

Постановка проблеми. Суднобудування займає пріоритетне місце в економіці багатьох країн через об'єктивні причини, як-то можливість завантажити суміжні галузі [1], створення нових робочих місць, стійкий попит на суднобудівну продукцію. В свою чергу, Україна має необхідний потенціал для розвитку суднобудівної галузі, проте через недостатню підтримку держави, відсутність замовлень, пов'язану з конверсією виробництва після розпаду СРСР, нерациональне використання основних промислово-виробничих фондів і складу працівників при зменшенні завантаження потужностей галузь довгі роки перебувала у стадії занепаду [2]. Ідентифікація основних ризиків, притаманних даній галузі, оцінка величини їх впливу та впровадження відповідних заходів з їхнього зниження дозволить посилити ефективність управління суднобудівними підприємствами та приймати більш обґрунтовані управлінські рішення.

Розглянемо особливості діяльності суднобудівних підприємств з метою ідентифікації унікальних ризиків, що характерні тільки для цієї галузі:

1) початковою сировиною, як правило, є метал, що призводить до перенесення ризиків, що характерні для металургійних підприємств, на суднобудівні підприємства;

2) висока ресурсоемність та істотний розрив у часі між початком виробничого циклу та реалізацією

готової продукції призводить до того, що у незавершеному виробництві може бути зв'язана значна частина обігових коштів;

3) висока ймовірність виникнення істотних обсягів дебіторської заборгованості – значна вартість продукції суднобудування не дозволяє вести реалізацію зі 100-відсотковим авансуванням закупки, що створює ризик тривалого неповернення коштів, при активній експлуатації товарно-матеріальних цінностей, що були поставлені;

4) складності із залученням капіталу, що викликані неможливістю отримати швидкий економічний ефект від значних вкладень у реконструкцію діючого обладнання, що веде до збільшення ставок по залучених кредитах та інших позиках, строках окупності та внутрішніх нормах рентабельності [3];

5) відсутність державної підтримки, що проявляється у скасуванні дії вільної економічної зони «Миколаїв» та у високих митних ставках на комплектуючі, що ввозяться з-за кордону;

6) складність з реалізацією продукції на внутрішньому ринку, більшість замовників – іноземні;

7) інноваційні проекти в суднобудуванні є у значній мірі науко-, ресурсо- та капіталоємними, потребують при введенні серйозної перебудови виробництва і при цьому мають порівняно великі строки окупності;

8) залежність від валютних змін – розмір доходу в національній валюті при реалізації продукції на експорт, а також величина витрат на матеріали, що експортуються, залежать від валютних курсів; зміцнення національної валюти веде до стабілізації економіки в цілому, але знижує виручку експортерів, збільшуючи втрати на курсових різницях, в той же час витрати на матеріали, що ввозяться з-за кордону, зменшуються.

Виділені особливості суднобудівної галузі дозволяють ідентифікувати такі характерні для суднобудування ризики, як ресурсний ризик, валютний ризик, кредитний ризик, політичний ризик (рис. 1).

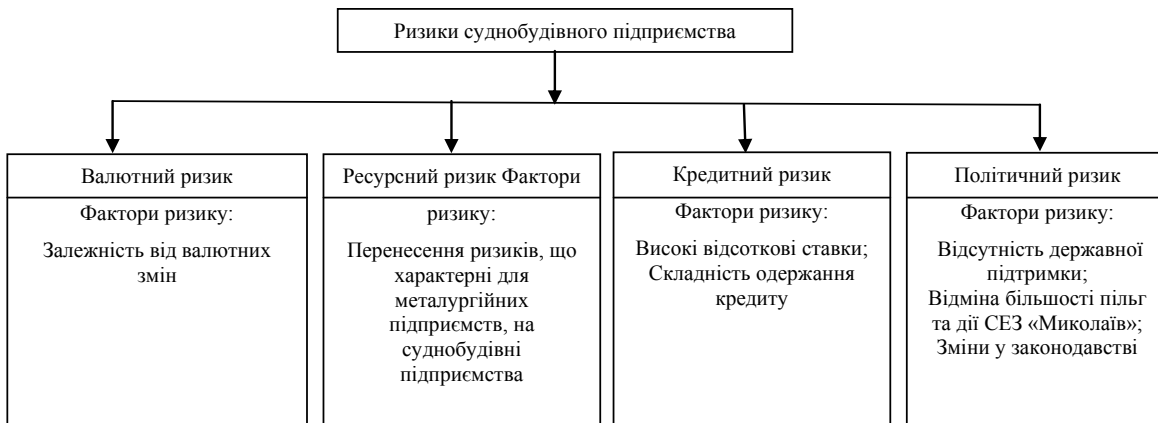


Рис. 1 Характерні ризики суднобудівного підприємства та фактори, що їх спричиняють

Так як ресурсний ризик, валютний, кредитний та політичний ризики являються характерними і вагомими для суднобудівних підприємств, автором пропонується враховувати їхній вплив при прийнятті рішення щодо вибору постачальника сировини, матеріалів та комплектуючих.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Огляд літератури показав, що вітчизняні і зарубіжні автори ідентифікують різні критерії, які становлять підставу для вибору постачальника. В більшості публікацій переважно розглядаються три головні чинники: якість, сервіс і ціна, разом з багатьма другорядними критеріями. В той же час, трапляються публікації, в яких виділяється інша кількість головних і другорядних чинників. Тобто питання, скільки має бути критеріїв і ступінь вагомості кожного з них у кожному конкретному випадку вирішує група експертів. Методи, що використовуються при цьому, приймаються з урахуванням специфіки конкретної галузі [4, 5].

Постановка завдання. Метою даного наукового дослідження є розробка методичного підходу щодо вибору постачальника суднобудівного підприємства з урахуванням впливу ресурсного, валютного та кредитного ризиків та політичного ризиків.

Відповідно до поставленої мети у статті вирішуються такі завдання:

- визначити параметри, що є вагомими при виборі постачальника для суднобудівного підприємства;
- розробити методичний підхід до вибору постачальника з урахуванням ризику.

Виклад основного матеріалу.

1. Визначимо критерії, що являються важливими при виборі постачальника суднобудівного підприємства:

- а) ціна матеріалів з урахуванням транспортних витрат;
- б) умови поставок (можливість відстрочки платежу);
- в) якість сировини;
- г) якість сервісу.

Перший критерій дозволяє урахувати вплив ресурсного ризику, другий за умови його оптимізації – знизити кредитний ризик. Критерії якості сировини та якості сервісу являються вагомими чинниками для налагодження безперебійного процесу виробництва та посилення конкурентоздатності продукції суднобудівного підприємства.

2. Далі проводиться формування бази нормативно-довідкової інформації шляхом збору і структуризації даних підприємств-постачальників і умов постачань. Для оцінки альтернатив необхідна така інформація: дані про підприємства-постачальники (потужності підприємства, кваліфікаційний склад робітників, матеріально-технічна база тощо); звіти про фінансово-господарську діяльність підприємств-постачальників; відпускні ціни на матеріали, вироби і конструкції підприємств-постачальників; можливі обсяги постачання матеріалів; терміни постачання; умови постачання (вид відпускних цін-франко); умови оплати (сума передоплати); показники якості продукції [6].

3. Так як частину необхідних суднобудівним підприємствам матеріалів і комплектуючих необхідно ввозити з-за кордону, слід ураховувати вплив валютного ризику (як зміну ціни у результаті зміни курсу валют) та політичного ризику (як збільшення ціни на матеріали, що експортуються, через величину митних зборів) на ціну матеріалів та комплектуючих. З цією метою необхідно розробити матрицю ризиків. Рядки матриці (табл.1) R_j відповідатимуть можливим постачальникам матеріалів та комплектуючих, стовпці – можливим станам «природи» S_i (параметрам доставки); елементи матриці V_{ij} – величині витрат на закупку та доставку матеріалів та комплектуючих при виборі j -го постачальника і настанні j -го стану «природи».

Таблиця 1

Загальний вигляд матриці можливих результатів

	S_1	S_2	...	S_i	...	S_n
R_1	V_{11}	V_{12}	...	V_{1i}	...	V_{1n}
R_2	V_{21}	V_{22}	...	V_{2i}	...	V_{2n}
...
R_j	V_{j1}	V_{j2}	...	V_{ji}	...	V_{jn}
...
R_m	V_{m1}	V_{m2}	...	V_{mi}	...	V_{mn}

В якості станів «природи» пропонуємо аналізувати «падіння валютного курсу», «незмінність валютного курсу», «зростання валютного курсу». Таким чином матриця прийматиме наступний вигляд (табл.2).

Таблиця 2

Матриця можливих результатів

Варіант поставки	Падіння валютного курсу	Незмінність валютного курсу	Зростання валютного курсу
Постачальник 1	V_{11}	V_{12}	V_{13}
Постачальник 2	V_{21}	V_{22}	V_{23}
...
Постачальник m	V_{m1}	V_{m2}	V_{m3}

Вибір еталонного значення за параметром ціни матеріалів та комплектуючих серед потенційних постачальників пропонуємо здійснювати на основі критерію Севіджа. Критерій Севіджа передбачає вибір тієї стратегії R_j , при якій величина ризику приймає найменше значення в найбільш несприятливій ситуації, тобто дозволяє мінімізувати можливі втрати [6].

Критерій Севіджа використовує матрицю ризиків, елементи r_{ij} якої визначають за формулою:

$$r_{ij} = V_{ij} - \min_i V_{ij} . \quad (1)$$

Таким чином, r_{ji} є різницею між найкращим значенням у стовпчику i та значеннями V_{ji} при тому ж значенні i . Згідно критерію, рекомендується обрати ту стратегію, за якої величина ризику приймає найменше значення в найбільш несприятливій ситуації (тобто за критерієм ціни обрати того постачальника, якому відповідає найменше значення ризику):

$$W = \min_i \max_j r_{ij} . \quad (2)$$

3. Якісні показники доцільно перевести у кількісні за допомогою кодованої шкали, а кількісні ознаки пронормувати за допомогою еталонних значень. Після цього експертним шляхом кожному чинникові надається бальна оцінка. Методом попарного порівняння параметрів визначається вагомість

кожного показника. На основі бального методу знаходяться зважені оцінки кожного критерію для кожного постачальника. На наступному етапі зважені оцінки параметрів, що характеризують кожного потенційного постачальника, додаються. Вибір робиться на користь постачальника, якому привласнюється найбільша кількість балів за сумою зважених оцінок.

Висновки з даного дослідження. Через специфіку діяльності суднобудівних підприємств в умовах валютного, ресурсного, кредитного та політичного ризиків рішення щодо вибору постачальника можна віднести до актуальних та ключових стратегічних рішень. Запропонований автором методичний підхід дозволяє урахувати вплив вище зазначених ризиків і знизити їхній рівень, обравши найкращий варіант за критеріями ціна матеріалів з урахуванням транспортних витрат, якість, умови передоплати, сервіс. Якісні показники доцільно перевести у кількісні за допомогою кодової шкали, а кількісні ознаки пронормувати за допомогою еталонних значень. Еталонне значення параметру ціни визначається на основі матриці ризиків за критерієм Севіджу.

Література

1. Виклюк М. І. Місце та роль транспортного машинобудування в інноваційному розвитку України / М. І. Виклюк // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України. – 2008. – №17.8. – С. 184–188.
2. Письменна К. С. Стан і тенденції розвитку суднобудівної промисловості в Україні: господарсько-правовий аспект / К. С. Письменна // Вісник Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого. – 2010. – № 1. – С. 221–228.
3. Беглиця В. П. Інновації як фактор конкурентоспроможності суднобудівної галузі / В. П. Беглиця // Збірник наукових праць НУК. – Миколаїв : НУК, 2008. – №6 (423). – С. 162–165.
4. Вітлінський В. В. Ризикологія в економіці та підприємстві : [монографія] / В. В. Вітлінський, Г. І. Великоіваненко. – К. : КНЕУ, 2004. – 480 с.
5. Dąbrowska-Mietek M.: Ocena i wybrg dostawcyw w branży piwowarskiej na przykłądzie Browaru Namyslyw Sp. z o.o., Logistyka, Nr 3, 2008.
6. Івченко І.Ю. Моделювання економічних ризиків і ризикових ситуацій : навч. посібник / Івченко І.Ю. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 334 с.

Надійшла 14.03.2011

УДК 331.52

О. В. ПРОСКУРОВИЧ

Хмельницький національний університет

ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ

У статті досліджено процес інформаційно-аналітичного забезпечення процесу прийняття рішень в системі управління. У ній узагальнено поняття інформації як засобу і предмета управління одночасно за допомогою статистичного, семантичного, алгоритмічного та якісного підходів; наведені її характеристики, функції, наслідки її використання; висвітлені нові специфічні властивості інформації, які виражені в економічних категоріях; розглянуті нові галузі науки – інформаційна економіка та інформаційний бізнес.

The article examines the process of information-analytical support decision making in the management system. It generalizes the notion of information as an instrument and the subject is simultaneously using statistical, semantic, algorithmic and qualitative approaches, given its characteristics, functions, consequences of its use, highlights new information specific properties that are expressed in terms of economic categories, consider new science - Information Economics and business information.

Ключові слова: інформація, інформаційний бізнес, інформаційно-комунікаційні технології, інформаційні продукти і послуги, економічна інформація, інформаційний продукт, інформаційний менеджмент.

Вступ. Сучасний етап економічного розвитку характеризується всеохоплюючою інформатизацією економічних процесів, формуванням інформаційного суспільства. Це, безперечно, пов'язано із суцільним поширенням і застосуванням інформації та інформаційних технологій (ІТ) не лише в економічних процесах і науковій діяльності, а і в суспільстві в цілому.

Основою сучасного суспільства все більше стає інформаційна економіка, діяльність якої спрямована на використання інформаційних ресурсів і створення інформаційних товарів, послуг, що, у свою чергу, суттєво змінює економічні відносини, організацію виробництва, обміну, розподілу, споживання та впливає на розробку стратегії економічного розвитку країни.

В умовах глобальних перетворень потребують кардинального перегляду й інтенсивного застосування таких категорій, як інформація, інформаційний бізнес (ІБ) та інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ), тому основним спрямуванням статті стало комплексне дослідження цих категорій, їх сучасного стану та перспектив розвитку.

Проблеми інформатизації суспільства розглядаються у працях таких відомих зарубіжних економістів як Дж. Акерлоф, Д. Белл, А.Р. Вайнінг, Д.Л. Веймер, Н. Вінер, М. Кастельс, Дж. Стігліц, Е. Тоффлер, С. Фішер, К. Шеннон та інших.

Значний внесок у розробку теорії інформації в економічному аспекті належить також українським і російським ученим: Н. Апатова, Ю. Бажал, А. Бахур, Л. Винарик, В. Геєць, А. Демін, П. Єщенко, Г. Жаворонкова, Ю. Зайцев, Г. Калітич, В. Коган, В. Кузьменко, І. Малий, Л. Мельник, В. Мунтіян, Ю. Ніколенко, Н. Пономаренко, Г. Предик, В. Савчук, Ю. Семіонов, Л. Федулова, О. Чубукова, А. Чухно, А. Уреул.

Наявність значної кількості вчених, які зосередили увагу на сутності й ролі інформації, визначенні її впливу на економічний розвиток і конкурентоспроможність економіки, свідчить про актуальність і важливість даної проблеми.

Незважаючи на велику кількість робіт, окремі аспекти даної проблематики потребують подальшого розгляду, поглибленого вивчення й логічного продовження.

У зв'язку з цим постає необхідність у дослідженні інформації, інформаційного бізнесу та інформаційних технологій як економічних категорій, концептуальному переосмисленні їх ролі в системі ринкових відносин трансформаційного суспільства. Потребують подальшого наукового дослідження питання трансформації економічних відносин формування й використання інформаційних товарів та послуг, становлення і функціонування інформаційного ринку в системі ринкових відносин трансформаційного суспільства.

Постановка завдання. Метою та завданнями дослідження є створення комплексної системи щодо різноманітності підходів до інформації, зміни існуючої структури ІБ та ІКТ в Україні на основі аналізу діяльності провідних фірм відповідного профілю.

Результати дослідження. Інформаційна наука тільки починає розробляти свою індивідуальну методологію економіки та організації інформаційного бізнесу. Необхідність у цьому зумовлена низкою особливостей, притаманних інформаційному бізнесу як виду підприємницької діяльності. Не претендуючи на вичерпність, наведемо, на нашу думку, найбільш характерні та суттєві з них:

1) інформаційний бізнес щодо інших видів підприємницької діяльності є складовою виробничої інфраструктури і забезпечує інформаційні погребі суб'єктів господарювання та фізичних осіб;

2) специфіка інформації як товару також надає інформаційному бізнесу характерних рис: інформаційний ринок є практично безмежним, високо конкурентним та наукомістким;

3) суттєвий вплив на інформаційний бізнес чинять уже розглянуті нами інформаційні тенденції: ускладнення інформаційних продуктів, здатність до взаємодії, ліквідація проміжних ланок, глобалізація, конвергенція;

4) з розвитком інформаційних і комунікаційних технологій інформаційний бізнес стає все більш інтегрованим в усі сфери діяльності людини, науку, виробництво, соціальну сферу;

5) інформаційний бізнес є надзвичайно високоінтелектуальним видом діяльності;

6) для інформаційного бізнесу типовою є ситуація «некомпетентності» користувача при виборі продукту, оскільки необхідним є професійне орієнтування в широкій номенклатурі виробів;

7) споживача цікавлять лише ті інформаційні продукти і послуги (ІПП), які безпосередньо стосуються його діяльності;

8) фірми, які працюють у сфері інформаційного бізнесу, віддають перевагу створенню власних ІПП (це не стосується стратегічних ІПП — програмних і технічних засобів), не вдаючись до послуг інших компаній, з метою забезпечення більшого контролю за якістю ІПП, оскільки якість продукції є головним активом будь-якої фірми;

9) інформаційний бізнес, як і будь-яке машинне виробництво, характеризується тим, що зростання продуктивності праці та обсягів продукції, яка виробляється (ІПП), більшою мірою залежить від техніко-технологічного потенціалу, ніж від умінь, фізіологічних можливостей і майстерності працівників;

10) для інформаційного бізнесу характерною є переважно контрактна форма підприємництва і підтримування близьких до неформальних стосунків зі своїми споживачами, що сприяє добрим діловим зв'язкам, наближує виробника до споживача і дає змогу швидко реагувати на його нові запити та можливості;

11) економічна інформація в основному породжується самим ринком і потоки інформації у зовнішньому середовищі мають горизонтальний напрямок, відбувається обмін інформацією між суб'єктами ринку: виробниками та споживачами, постачальниками та одержувачами, банками та підприємцями, інформаційними фірмами (службами) та користувачами.

Розробка економіко-організаційних основ інформатизації суспільства вимагає аналізу сутності його категорій.

В сучасних умовах накопичення і використання інформації визнане найбільш важливим фактором виживання взагалі і в сфері комерції, зокрема. Підвищення ролі інформації в економічних і суспільних процесах, бурхливий розвиток нових високоефективних інформаційних технологій та їх значний вплив на організацію бізнес-процесів ініціювало розвиток нового виду підприємницької діяльності —

інформаційного бізнесу.

Інформація є наслідком творчої діяльності людини, вона є не просто одним із необхідних компонентів життєдіяльності, а незмінною складовою структури соціально-економічної діяльності. Суцільне впровадження інформаційних товарів та послуг у соціально-економічні та виробничі процеси спонукає розглядати інформацію як економічну категорію, яка в сучасних умовах є одним із важливих чинників, що надає ряд економічних переваг і забезпечує якісні зміни.

Досліджуючи сутність інформації в економічній літературі існує дуже багато підходів до визначення цієї категорії.

Термін «інформація» (з лат. — роз'яснення, виклад) сьогодні став дуже популярним. Власне, кожна людина по-своєму визначає поняття «інформація». Так, на думку Р. Емерсона, фахівця в галузі інформаційних систем (США), інформація — це накопичені думки та досвід безлічі людей [1]. Або, інформація — обмін відомостями між людьми, людиною та автоматом, автоматом і автоматом [2]; інформація — відомості про будь-що, які є об'єктом збирання, зберігання, переробки.

Згідно Закону України «Про інформацію» під інформацією розуміється документовані або публічно оголошені відомості про події та явища, що відбуваються у суспільстві, державі та навколишньому природному середовищі.

З погляду бізнесу, системи управління ним, інформація — це ті дані, які допомагають прийняти управлінське рішення. Інформація є тим ціннішою, чим відповідальнішим є рішення, яке прийматиметься на основі цієї інформації. Таким чином, ті самі дані можуть мати різну цінність, отже, й різну вартість у різних ситуаціях, у різний час і для різних споживачів (фізичних чи юридичних осіб). Така особливість дає можливість інформаційному бізнесу отримувати дуже великі прибутки, що робить його особливо привабливим.

У тлумачному словнику з основ інформаційної діяльності наведено таке визначення: інформація — це відомості про факти, події, явища, процеси, які розглядаються в аспекті їх передавання у просторі та часі, незалежно від фізичної форми їх надання, використовувані з метою збереження або отримання знання, прийняття рішення, забезпечення функціонування суспільства. Інформація є основою для прийняття будь-якого управлінського, комерційного, науково-технічного рішення [3, с. 17].

З наведених визначень видно, що у кожному випадку наголошується на певному аспекті, найбільш важливому, з точки зору автора, виходячи з напрямку дослідження. Підтвердженням цієї думки можуть бути ще два визначення, наведені в державних стандартах України. Так, в ДСТУ 2392-94 «Інформація та документація. Базові поняття. Терміни та визначення» записано: інформація — знання, що розглядаються в аспекті комунікації [4 с. 8]. А в ДСТУ 2938-94 «Системи оброблення інформації. Основні поняття. Терміни та визначення» щодо процесу оброблення даних конкретизується: інформація — будь-які знання про предмети, факти, поняття і т. ін. проблемної сфери, якими обмінюються користувачі системи оброблення даних [5, с. 3].

Можна було б продовжувати далі. Але обмежимося одним цікавим визначенням, наведеним у [6, с. 12]: «інформація — відомості про навколишній світ (об'єкти, явища, події, процеси тощо), що зменшують міру невизначеності, неповноти знань, які є відчуженими від їх творця і стали повідомленнями (вираженими певною мовою у вигляді знаків, у тому числі й записаними на матеріальному носії), які можна відтворювати шляхом передавання людьми усно, письмово або в інший спосіб (з допомогою умовних сигналів, технічних засобів, обчислювальних засобів тощо)». У цьому визначенні, побудованому на кількох інших, для нас важливо таке:

- інформація — це не будь-які відомості, вона несе в собі щось нове, що зменшує наявну невизначеність;
- інформація існує поза її творцем, це відчужене від її творця знання; знання — відображення дійсності в мисленні людини;
- інформація стала повідомленням, оскільки вона виражена на певній мові у вигляді знаків;
- повідомлення може бути записане на матеріальному носії, доступне для відтворення без участі автора та є формою передавання інформації;
- інформація передається в канали суспільної комунікації.

Інформація дає змогу будь-якому суб'єкту підприємництва:

- визначати стратегічні, тактичні та оперативні цілі та задачі організації;
- здійснювати контроль за поточним станом організації, її підрозділів і процесів у них;
- ухвалювати обґрунтовані та своєчасні рішення;
- координувати дії підрозділів у досягненні цілей.

На основі розглянутих підходів, нами пропонується визначити інформацію, як економічну категорію, як один із фундаментальних ресурсів економічної системи, як інформаційний або інтелектуальний продукт, як об'єкт інтелектуальної власності, як суцільне благо та, водночас, як об'єкт купівлі-продажу, тобто товар як капітал, як інструмент та об'єкт ринкового механізму, як найважливіший фактор у конкурентній боротьбі.

Внаслідок створення і використання інформації та її похідних виникає новий вид діяльності –

інформаційна діяльність, яка є складовою суспільного виробництва, пов'язаного із підготовкою інформаційних товарів та послуг, спрямованих на задоволення суспільних потреб. Ця діяльність передбачає виконання наступних функцій: збір інформації, її опрацювання, формування інформаційних масивів, зберігання та поширення інформаційних товарів та послуг.

Нова інформаційна галузь економіки починає набирати темпів розвитку, однак ще відносно повільних у порівнянні з країнами із високорозвинутою економікою. Слід зазначити, що величина сумарних витрат на інформаційні продукти має велике значення, що характеризується позитивним зростанням використаних інформаційних ресурсів: збільшується частка нових інформаційних товарів та послуг у структурі ВВП; прискореними темпами відбувається розвиток інформаційно-комунікаційних технологій; збільшується чисельність абонентів світової мережі Інтернет; інтенсивно розширюється національна мережа зв'язку, яка використовує супутникові канали; майже всі галузі економіки збільшують масштаби використання інформаційних товарів та послуг; сучасне суспільство усвідомило невідкладну потребу у формуванні та розвитку інформаційної економіки.

Отже, можна стверджувати, що інформаційний продукт є ідеальним продуктом, який набуває статусу стратегічного фактору економічного піднесення, що впливає на загальний вектор розвитку економіки країни та на започаткування якісно нового типу суспільно-економічного розвитку – інформаційного суспільства.

Темпи збільшення й поширення інформації у поєднанні із знаннями, новими технологіями щорічно зростають, що, безумовно, впливає на показники індустрії інформаційних товарів та послуг та позитивно позначається на системі економічного розвитку. Однак, інформаційна індустрія розвивається паралельно з збільшенням розриву між бідними та багатими країнами: економіка розвинутих країн вступила в нову фазу розвитку на основі застосування новітніх інформаційних продуктів, водночас економіка недостатньо розвинених країн світу освоює запозичені інформаційні продукти.

Інформаційна індустрія України формується, однак ще недостатньою мірою впливає на створення ВВП країни, як це успішно відбувається в розвинених країнах світу. Їхній досвід доводить, що одним із важливих питань розвитку економіки є просування країни в напрямку впровадження, використання інформаційного продукту та формування інформаційної економіки. Надприбутки мають країни, які виготовляють й експортують сучасні технології та нові інформаційні товари, послуги. За ними йдуть держави, що виробляють товари. Найменші доходи відповідно мають країни, які спеціалізуються на експорті сировини.

Стає очевидним, що основною задачею сьогодення є створення базових засад для формування й розвитку інформаційної економіки та інформаційного суспільства. Ключовим завданням має бути прискорений розвиток ринку інформаційних товарів та послуг і, як результат – формування конкурентно-ефективної економіки, без чого всі спроби створити повноцінне інформаційне суспільство приречені на невдачу.

Підвищення ролі інформації в економічних і суспільних процесах, бурхливий розвиток нових високоефективних інформаційних технологій та їх значний вплив на організацію бізнес-процесів ініціювало розвиток нового виду підприємницької діяльності — інформаційного бізнесу.

За обговорення поняття «інформаційний бізнес» доводиться стикатися з двома основними проблемами: по-перше, досі не існує загальноприйнятого наукового визначення цієї сфери діяльності; по-друге, інформаційний бізнес у всьому світі, особливо в Європі, продовжує тримати в секреті відомості про комерційну сторону справи, що ускладнює проведення аналізу інформаційної індустрії.

Поняття «інформаційний бізнес» останнім часом використовується як синонім поняттю «індустрія перероблення інформації» і характеризує сферу індустріальної діяльності зі збирання, оброблення, зберігання, передавання інформації та здійснення управлінських процесів, тобто сфері інформаційно-управлінської діяльності на засадах інформаційної технології. Інформаційний бізнес — це бізнес, що здійснюється в інформаційній сфері економіки.

Зародження цього виду бізнесу відносять на кінець 60-х років, формування як самостійної галузі — на 70-і роки, у 80-і роки він перетворився на великий багатогалузевий комплекс зі своєю інфраструктурою. У сфері інформаційного бізнесу створюються інформаційні моделі подій, людей, дій та інших об'єктів. Ці інформаційні «еквіваленти» можуть бути використані будь-якою діловою організацією або особою для прийняття управлінського рішення.

Інформаційний бізнес як нова технологічна база управління у своєму розвинутому (кінцевому) вигляді виступає як мережа сполучених між собою каналами зв'язку різноманітних інформаційних структур, які акумулюють та постійно оновлюють інформаційні ресурси різних видів з метою задоволення інформаційних потреб користувачів, а також мають розвинуту систему програм, що забезпечує вирішення практично всіх (або, принаймні, більшості) задач економічного і соціального управління. З різновидами інформаційних структур ми ознайомимся пізніше.

Інформаційний бізнес – це сфера підприємницької діяльності, пов'язана з розробкою, виробництвом і розповсюдженням компонентів ІКТ.

Формуванню та розвитку інформаційного бізнесу сприяв розвиток технічної бази (передусім ЕОМ і

засобів зв'язку), а також ставлення до інформації як до товару і стратегічного ресурсу виробничої та комерційної діяльності. Все це сприяло переведенню інформаційної діяльності на індустріальні рейки. Інформаційний бізнес поступово виборює панівні позиції в організаційно-управлінському процесі. І це має величезне значення для сучасного соціально-економічного розвитку, особливо в умовах переходу до інформаційного суспільства.

Аналізуючи процес інформатизації суспільства, варто виділити три її ступені: комп'ютеризацію, власне інформатизацію, інтелектуалізацію, а також 3 групи інформаційних процесів: стихійні, регульовані, детерміновані. В Україні, з її складною економічною та соціальною ситуацією, позитивні наслідки може дати тільки регульована інформатизація.

Важко переоцінити роль інформації та методів її збирання й обробки в процесі управління мікро- та макроекономікою. Але природно розглянути й інверсне питання: управління інформацією та інформаційними технологіями на мікро- та макроекономічному рівнях. Сучасне суспільство називають інформаційним, а інформацію вже приєднали до основних його ресурсів. Тому, сьогодні управління потребує, передусім, сама інформація.

Термін інформаційний менеджмент (ІМ) можна розповсюдити на проблему управління будь-якою структурою. На підприємстві він забезпечує обробку інформації, офісну автоматизацію, юридичну та соціальну практику, зв'язок, розвиток технологій, консалтинг, зростання професійного рівня кадрів. Організація ІМ на підприємстві здійснюється шляхом виконання стратегічних адміністративних й оперативних завдань. Завдання ІМ на рівні державного управління набувають іншого ступеня деталізації та потребують для свого виконання переробки набагато більшого обсягу інформації. Складність розробки автоматизованих процедур управління полягає в тому, що, на відміну від рівня підприємства, об'єкт управління не має чітких меж, а функції управління часто повністю не визначені.

ІБ представляє собою нову сферу підприємницької діяльності у вигляді найкрупнішого багатогалузевого комплексу з уже складеною інфраструктурою і, з одного боку, входить до інфраструктури всієї системи підприємницької діяльності, з іншого боку, є самостійною сферою бізнесу. Функціонально-конструктивну схему ІБ наведено на рис. 1.

Втілення нових форм інтеграції та розповсюдження ІКТ відповідає радикальним змінам в організаційних структурах управління підприємствами, які сприяють швидкій і гнучкій реакції на конкуруюче оточення. Це не тільки економічний і організаційний вплив, але й зміна соціальних відносин.

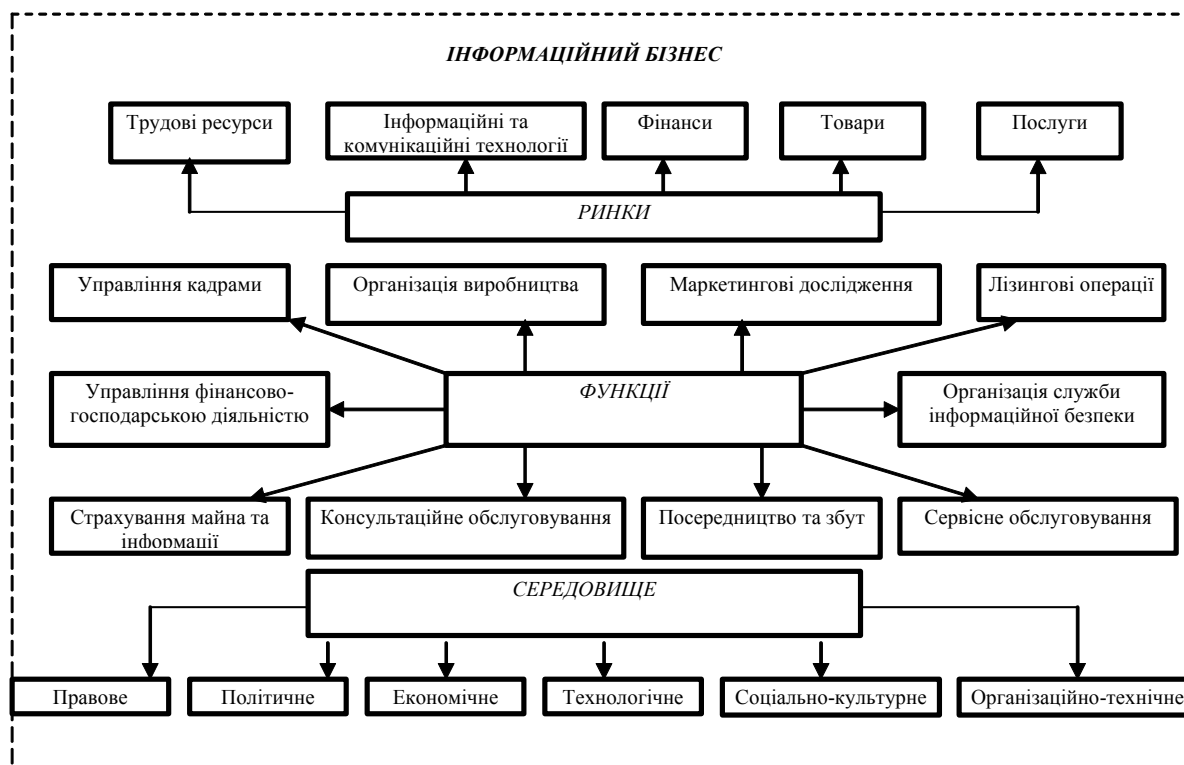


Рис. 1. Функціонально-конструктивна схема інформаційного бізнесу

Нові інформаційні технології виникли спочатку тільки як концепція, а потім з'явилися продукти для побудови систем, зорієнтованих на бізнес. Ці технології потребують нових робочих місць, більшої безпеки, високої якості життя; вони можуть бути використані для розвитку нових видів діяльності, розробки інформаційних мереж, моніторингових систем, поліпшення діяльності адміністративних і суспільних служб,

підвищення рівня інформаційної безпеки, спрощення багатьох аспектів повсякденного життя людей. ІТ на ринку виступають і як продукт споживання, і як засіб виробництва, оскільки від них залежить інформаційне забезпечення ринку і, отже, його нормальне функціонування. Здійснюючи суттєвий вплив на формування ринку інформаційних продуктів і послуг, систем електронної обробки даних і телекомунікацій (ринку ІКТ), самі інформаційно-комунікаційні технології знаходяться в більшій залежності від положення на цьому ринку (рис. 2).

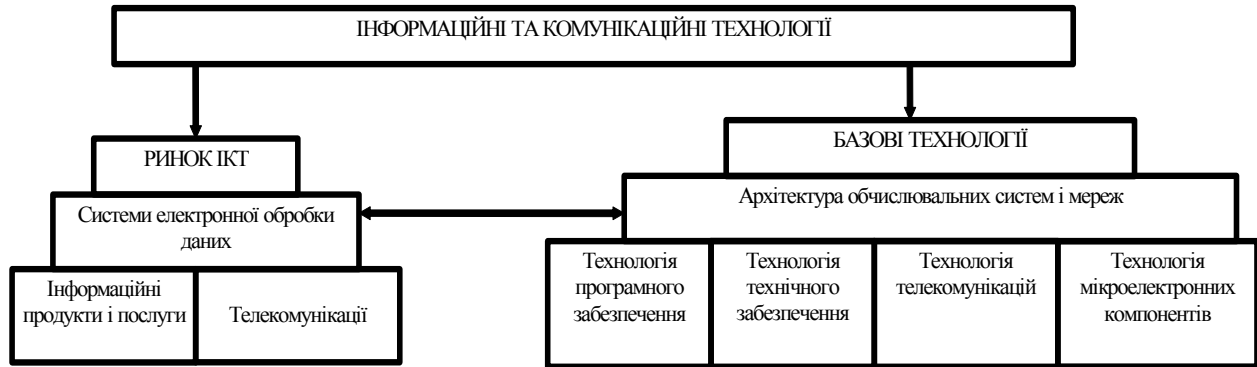


Рис. 2. Взаємointegraція ІКТ та ринку ІКТ

Головним інформаційним джерелом є ринок і його структури, а отже економічні суб'єкти зацікавлені в отриманні реальних даних про ціни, попит на окремі товари і т. ін. Тому мова повинна іти не про пасивну інформацію, а про діяльний фактор перетворення економіки.

У ринковому господарстві виділяють чотири макросектори: споживчих засобів, засобів виробництва, праці, грошей і цінних паперів, до яких додається п'ятий сектор – ринок інформації.

Ринок у силу його складності та багатоаспектності можна розглядати в декількох розрізах: за об'єктами, в просторовому розрізі, за механізмом функціонування, за рівнем насиченості. Пропонуються п'ять макросекторів інформаційного ринку: науково-технічна продукція, об'єкти художньої культури, управлінські дані та повідомлення, побутова інформація, послуги освіти.

Основними тенденціями в розвитку ринку ІКТ є:

- жорстока конкуренція та цінові війни;
- зміни в практиці бізнесу;
- багаторазове використання програмних продуктів.

Аналіз сучасних проблем розвитку ІКТ виявляє необхідність вирішення комплексу задач, пов'язаних з дослідженням правових, організаційних і економічних аспектів удосконалення ІБ:

- статистичний аналіз співвідношення ІКТ і ВВП у масштабах світового ринку;
- стримуючі фактори впливу на процес становлення ринку програмних продуктів;
- аналіз особливостей ринку в Україні, країнах СНД і колишнього СРСР;
- напрямки розвитку концепції ІБ на рівні підприємств і держави в цілому;
- класифікація організаційних форм ІБ (за класами обчислювальної техніки, за ступенем

централізації розміщення обладнання, за потужністю парку основних машин), що дозволяє узагальнити та виділити класифікаційні ознаки нових організаційних форм ІБ.

Поява нових організаційних форм ІБ пов'язано з розробкою і визначенням стратегії його освоєння: прямі закордонні інвестиції, виключне ліцензування, множинне ліцензування, створення СП, комбіноване створення СП та ліцензування в різних формах. Найбільш прибутковою при створенні відповідних сприятливих умов є перша стратегія (пряме інвестування), а найбільш гнучкою – остання (комбінування).

Сучасна індустрія ІКТ являє собою інтегрований комплекс виробничої, науково-дослідницької, інформаційної, консультаційної, маркетингової й управлінської діяльності. Обсяг виробництва сектору ІТ свідчить про високий потенціал ІТ і можливу привабливість для потенційних інвесторів. Рівень розвитку ІКТ дуже тісно пов'язаний з виробництвом ВВП та інвестиціями в кожній окремій країні. Статистичні дані свідчать про стійке зростання ринку технологій: ринок ПЗ є найбільш стійким в галузі ІТ, швидко зростає ринок професійних послуг.

Висновки. Складові частини ІБ його форми та зміст постійно змінюються відображаючи склад наукових і прикладних розробок, вимог користувачького середовища. Тому, саме комплексний розгляд компонентів ІБ з урахуванням динаміки їх розвитку дозволив отримати вичерпну уяву та повну характеристику ІБ і застосовувати його як ефективний інноваційний засіб розвитку економіки України.

Широке впровадження компонентів ІБ та ІКТ стимулює швидкий розвиток новітніх технологій, значне підвищення продуктивності праці, більш ефективне використання енергетичних матеріальних і людських ресурсів, підвищення якості діяльності суспільства в цілому, створення умов для розвитку нових галузей.

Література

1. Поппель Г. Информационная технология – миллионные прибыли / [Поппель Г., Голстайн Б. и др.] ; пер. с англ. ; под ред. В. В. Симаков. – М. : Экономика, 1990. – 238с.
2. Писаревский М. Компьютерный рынок Украины. Итоги 2009 года / М. Писаревский // Computerworld Россия. – 2010. – № 30.
3. Толковый словарь по основам информационной деятельности. – К. : УкрИНТЭИ, 1995. – 252 с.
4. ДСТУ 2392-94. Інформація та документація. Базові поняття. Терміни та визначення / Держкомстат України. – Офіц. вид. – К. : Держкомстат України, 1994. – 53 с.
5. ДСТУ 2938-94. Системи оброблення інформації. Основні поняття. Терміни та визначення / Держкомстат України. – Офіц. вид. – К. : Держкомстат України, 1994. – 23 с.
6. Годин В. В. Управление информационными ресурсами / В. В. Годин, И. К. Корнеев. – М. : ИНФРА – М, 2009. – 402 с.

Надійшла 14.03.2011

УДК 658.1:331.23

М. П. ЧАЙКОВСКАЯ

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

ИТ-ПОТЕНЦИАЛ УКРАИНЫ В МИРОВОМ РАЗДЕЛЕНИИ ТРУДА

Рассмотрено и обобщенно понятие ИТ-аутсорсинга, тенденции развития мирового, регионального рынков ИТ-услуг и ИТ-аутсорсинга в кризисный и посткризисный период, проанализирован кластер перспективных стран Восточной Европы относительно развития ИТ-аутсорсинга, выявлен потенциал Украины в этом кластере и на глобальном рынке, проанализированы конкурентные преимущества, особые черты, модели функционирования и актуальные направления развития.

Reviewed and summarized concept of IT outsourcing, trends in the global, regional markets for IT services and IT outsourcing services in crisis and post-crisis period, analyzed a cluster of promising countries in Eastern Europe towards the development of IT outsourcing services, revealed the potential of Ukraine in the cluster and the global market, analyzed the competitive advantages special features, business model and current development trends.

Ключевые слова: ИТ-аутсорсинг, ИТ-ауфстаффинг, модель, ИТ-рынок.

Вступ. Мощные трансформационные процессы, берущие свое начало в 90-х годах XX века, связанные с повышением гибкости организаций, мобильности технологий, тенденциями перехода к обществу услуг, ориентации на экологизацию деятельности, оптимизацию издержек и внутренних ресурсов, повышение производительности труда побуждают современные предприятия к переходу от традиционной схемы управления внутренними мощностями к аутсорсинговому модели. Однако если в XX веке процессы аутсорсинга охватывали отдельные функции и бизнес-процессы, то в современных условиях аутсорсинг принимает стратегическое значение в менеджменте предприятия. Минимум 90% современных предприятий пользуются аутсорсингом, 42% организаций считают аутсорсинговые проекты финансово выгодными, 27% – видят в аутсорсинге основной фактор повышения конкурентоспособности [1, с. 140]. Особую актуальность вопросы аутсорсинга приобретают в условиях финансового кризиса, дефицита квалифицированных кадров, стремления компаний сократить затраты и сконцентрироваться на основных направлениях бизнеса. Современный аутсорсинг охватывает все отрасли общественного производства, однако расширение общего проникновения информационных технологий (ИТ) в бизнес-процессы компаний инициировали тенденции экспоненциального роста аутсорсинга внутренних функций ИТ и ИТ-инфраструктуры (ИТ-аутсорсинга). Если до 2008 года темпы роста затрат на собственный ИТ персонал преобладали и составляли 30–35%, на внешний – до 20%, то к 2012 году прогнозируют изменения тенденции в сторону внешних услуг (15% и 50% соответственно). Развитие ИТ-аутсорсинга базируется динамизме и структурных трансформациях ИТ-отрасли. За последние 5 лет доходы ИТ-отрасли росли в среднем на 10% в год, при среднем темпе роста экономики 3-4%, что привело к увеличению доли сектора в структуре ВВП как развитых, так и развивающихся стран. По прогнозам международных аналитических агентств, высокие темпы роста – около 9% – сохранятся и в течение следующих пяти лет [2, с. 133]. К основным трендам развития ИТ-сектора последних лет относятся качественные скачки технических характеристик устройств, уменьшение доли оборудования, опережающий рост услуг по отношению к сектору программного обеспечения в связи с возрастающей сложностью ИТ-проектов, а также перемещение бизнеса в страны с низкой стоимостью труда.

Исследованием аутсорсинговой модели менеджмента занимаются как зарубежные (Спарроу Э., Хейвуд Дж. Б., Йордон Э., Жан-Луи Бравар, Квечински М., Петерс П., Хох Д., Прохоров А.), так и отечественные (Аникин Б.А., Литвак А.Г., Мироненко Н.С., Рудая И.Л.) ученые. Так Дж. Брайана Хейвуд рассматривал аутсорсинг, как перевод внутреннего подразделения или подразделений предприятия и всех, связанных с ним активов в организацию поставщика услуг, предлагающего оказать некую услугу в течение

определенного времени по оговоренной цене [3, с. 46]. Б.А. Аникин выделял значение аутсорсинга ИТ, как передачу сторонней организации (аутсорсеру) полностью или частично функций по обслуживанию информационных потребностей предприятия с целью сокращения время на проведение транзакций, получения информации, повышения эффективности использования ресурсов [4, с. 32]. Однако проблемы развития сегмента ИТ-аутсорсинга в условиях финансового кризиса, в посткризисный период, вопросы корреляции общеэкономических кризисных тенденций с аутсорсинговыми остается слабо освещенными вопросами. Кроме того в последние годы появились новые факторы, влияющие на рынок ИТ-аутсорсинга, сам рынок демонстрирует качественное разнообразие и высокую вариабельность моделей

В связи с изложенным выше целью работы является анализ потенциала и особенностей рынка ИТ-аутсорсинга Украины в кризисный и посткризисный период, выделение основных моделей функционирования и перспективных направлений развития.

Основной раздел. Определения аутсорсинга, встречающиеся в научной литературе, характеризуются многообразием толкования в связи с многоаспектным характером явления. Аутсорсинг определяют с позиции образа мышления и принципов хозяйствования как целенаправленное выделение отдельных бизнес процессов и делегирование их на исполнение сторонней организации [3, с. 30]; отрасли хозяйственной деятельности [4, с.18]; синергетического эффекта от гибкого использования философии аутсорсинга как стратегическое решение компании о передаче сторонней организации на исполнение отдельных функций, направлений бизнес процессов в целях повышения качества, снижения затрат, времени исполнения. [4, с. 57]. Семантически аутсорсинг (outsourcing: "outside" – внешний; "resourcing" – помогающий). ИТ-аутсорсинг заключается в передачи заказчиком различных функций ИТ-менеджмента сторонней компании, является одним из эффективных направлений оптимизации ИТ-инфраструктуры, позволяющим сократить косвенные затраты на ИТ более чем на 30% за счет: значительного снижения трудоёмкости и затрат на эксплуатацию ИС и приложений (снижение стоимости владения ИС); высвобождения ресурсов за счет отказа от непрофильной деятельности и концентрации усилий на ключевых бизнес-процессах и задачах предприятия (гибкое управление внутренними ресурсами); существенного снижения оперативных затрат на внешнее взаимодействие; снижения корпоративных рисков за счет высокой квалификации и опыта внешней компании, качества сервисов; обеспечения оперативного доступа к передовым технологиям (экспертный консалтинг, повышающий квалификацию персонала клиента) [1, с. 134].

Объем глобального рынка аутсорсинга услуг в 2009 году составил \$785-805 млрд. Из них 88% приходится на внутренний аутсорсинг и только 12% (т.е. порядка \$94–96 млрд) – на так называемый "оффшорный" аутсорсинг. В оффшорном аутсорсинге услуг 60% приходится на ИТ-услуги: программирование, системное интегрирование, тестирование ПО, ИТ-консалтинг и услуги по технической поддержке. Оставшиеся 40% – это аутсорсинг различных бизнес-процессов, причем доля этого направления в общем объеме глобального рынка ИТ-услуг постепенно увеличивается (2004 год – 10:22; 2005 год – 18:30; 2006 год – 27:45; 2008 год – 35:55; 2009 год – 40:60). Структура мирового рынка ИТ-аутсорсинга: сегмент разработки ПО (40%), консалтинговые услуги в области е-бизнеса (33%), системная интеграция (28%), web-хостинг и web-хостинг (по 26, 25%). На Европейском консалтинговом рынке высока доля сегмента аутсорсинга (17%), уступающего только сегменту ИТ-консалтинга (27%), темпы роста сегмента (41%) превышают среднерыночные показатели (38%). Доля аутсорсинга в общих расходах на информационные технологии в мире с 2000 года выросла с 12% более чем до 50%. 45% организаций, опрошенных Forrester, планируют увеличение использования аутсорсинга приложений, 43% – аутсорсинга инфраструктуры, 43% предполагают увеличить объем разработки, отдаваемых в оффшорный аутсорсинг. К услугам ИТ-аутсорсинга прибегают свыше 2/3 компаний в мире.

В странах Западной Европы доля ИТ-услуг достигает 50% ИТ-бюджета, в России – 15 %, в Украине – 8-10%. Анализ структуры сектора ИТ-услуг Украины демонстрирует преобладание услуг по установке и поддержке ПО и оборудованию (42,2%); системной интеграции (26,5%); разработке и доработке ПО (11,5%), однако позволяет выделить максимально динамичные и высокорентабельные сегменты: ИТ-аутсорсинг, ИТ-консалтинг, ИТ-обучение и тренинги. Сегмент аутсорсинга отличается высокий уровень рентабельности – до 25% (против 3–5% в сегменте ПО) и темпы роста, 20–25%, превышающие среднемировые показатели (12–15%) и показатели динамики ИТ-рынка Украины в целом.

С 2005 года Украина входит в Gather's Top 30 стран с благоприятными условиями для развития оффшорного ИТ-аутсорсинга, занимая второе место в Восточной Европе после российского. По прогнозам к 2015 году Украина может занять 6-е место в мировом рейтинге. По классификации Gartner Group на мировом рынке аутсорсинга выделяют страны-лидеры, претенденты на лидерство, перспективные страны, страны с начальным уровнем. Страны-лидеры удерживая ведущие позиции в последний год демонстрируют тенденцию региональной диверсификации, теряя доли рынка. Индия – классический центр аутсорсинга (50% всех заказов – 2008 год, 35% – 2009 год); Юго-Восточная Азия, включая Филиппины (доля региона 50% – 2008 год, 31% – 2009 году); Китай (48% в 2008 году, 19% - 2009 год). Восточная же Европа в период кризиса становится нишевым рынком для реализации заказов с повышенными требованиями к квалификации персонала и реализации модели near sourcing. Объем рынка в странах Центральной и

Восточной Европы (ЦВЕ) вырос с \$3 млрд в 2007 году до \$5 млрд в 2010, а количество специалистов с 80 000 до 100000 человек. Доля ИТ-аутсорсинговых проектов Восточной Европы растет – до 19% в 2009 году. Для составления оценки Gartner использовала десять критериев (язык, правительственная поддержка, наличие резерва рабочей силы, инфраструктура, система обучения, стоимость, политическая и экономическая стабильность, совместимость культур, общая и культурная развитость, обеспечение защиты конфиденциальности и прав на данные и интеллектуальную собственность). Кластеризация стран ЦВЕ выделяет Украину в категорию – перспективных стран, наряду с Белоруссией, Россией, странами Балтии, Восточной Европы (таблица 1). К кластеру В относятся Болгария, Эстония, Сербия, Словакия, Литва (7–11 места в рейтинге стран ЦВЕ; доля рынка 1,5–8,1, суммарно – 14,9%; доля в объеме услуг – 21%, количестве компаний – 22%, специалистов – 22%). В кластер С входят Хорватия, Молдова, Литва, Словения (0,1–1,4%, 3,1% суммарно, доли 4,5; 5,5; 4,5 – соответственно) [5].

Таблица 1

Показатели рынка услуг ИТ-аутсорсинга стран кластера А

	Украина	Белорусь	Чехия	Венгрия	Польша	Кластер
ВВП млрд \$	289,7	120,8	253,0	185,9	688,8	1793
Объем услуг ИТ-аутсорсинга, млн \$	697	384	371	475	451	2967
Население млн.чел.	45,7	9,5	10,5	10,0	38,1	135
Количество ИТ-аутсорс компаний	940	560	390	320	480	3360
Количество ИТ-специалистов	18100	10400	7800	9600	14200	69300
Средний тариф \$ час.	24	23	30	31	31	27
Объем услуг на специалиста в год	38,5	36,9	47,6	49,5	49,0	42,8
Экономический престиж отрасли	6,1	2,9	2,0	2,7	2,7	3,2
Доля в населении (%)	26,0	2,9	2,0	2,7	12,2	76,9
Доля ВВП (%)	12,3	5,1	10,7	7,9	29,2	76,1
Доля в объеме услуг (%)	17,5	9,6	9,3	11,9	11,3	74,5
Доля в количестве компаний (%)	20,2	12,0	8,4	6,9	10,3	72
Доля в кол-ве специалистов (%)	19,1	11,0	8,2	10,2	9,7	73
Место в кластере	1	4	5	2	3	1-6
Доля в кластере	17,5	9,6	9,3	11,9	11,3	74,5

Сравнение показателей стран кластера А свидетельствуют о высоком потенциале Украины и наличие следующих конкурентных преимуществ – привлекательная цена, высокий престиж отрасли, возможности наращивания объемов. Таким образом, в ближайшие годы Украина имеет все шансы увеличить объем услуг на 20–25% только за счет повышения качества и роста тарифов, а сравнительно низкое соотношение доли специалистов к доле населения, на фоне высокой оценки престижности и наибольшей абсолютной численности населения, дают основания надеяться на значительно более высокие приросты.

Кризисные тенденции 2009 года положили начало положительным структурным сдвигам в ИТ-индустрии Украины. Суммарная доля ПО и ИТ-услуг выросла до 20% (с 14% в 2008 г.), что поможет исправить имеющуюся диспропорцию – доля аппаратного обеспечения в структуре рынка начнет сокращаться, а ПО и услуг расти – с 6% в 2008 года до 11% в 2009 году и с 8 до 13,4% соответственно. Доля ИТ-аутсорсинга в объеме ИТ-услуг растет с 16,7% в 2008 году до 23,4% в 2009 году и 26% в 2010 году [6, с. 165].

В 2009 году ИТ-аутсорсинг был одним из немногих сегментов ИТ-рынка в котором наблюдался устойчивый рост. Многие компании выбрали ИТ аутсорсинг как способ оптимизации своих расходов на ИТ за счет обслуживания и администрирования ПО, аренды ПО (SaaS). Уже в начале 2010 г. появились признаки стабилизации украинского ИТ-рынка, прогнозы 30% роста являются наиболее оптимистичными по сравнению с Россией (20% роста), Западной (около 3%), Центральной и Восточной Европой (около 13%).

В 2010 году украинский ИТ-рынок вырос на 14,5% до 12,4 млрд грн. Прогноз на 2011 год – 25 % роста, до 15,5 млн. грн. В 2010 Украина вошла в Топ-30 по скорости Интернета. В мировом рейтинге 50 стран с наиболее высокой средней скоростью Интернет-доступа, 28 место досталось Украине (опередив Россию со средней скоростью коннекта 2,59 Мбит/с). По количеству интернет-пользователей Украина в мировом рейтинге на 30-й позиции с показателем 15,3 млн чел

Турбуленции посткризисного периода привели не только к количественным, но и качественным трансформациям сегмента ИТ-аутсорсинга. В качестве ключевых тенденций ИТ-аутсорсинга в 2010 можно выделить: стандартизацию услуг ИТ-аутсорсинга; реструктуризацию рынка под воздействием экономического кризиса; диверсификация рынка, дифференциацию моделей предоставляемых услуг.

Анализ рынка позволил выделить структуру и доли основных моделей ИТ-аутсорсинга Украины:

1. Оффшорное программирование (производство ПО на заказ для иностранной компании, такое ПО

не является товаром, имущественные права на интеллектуальную собственность принадлежат заказчику) – 37%.

2. Продуктовая модель (ориентирована на создание готовых программных продуктов, встраиваемых блоков, являющихся интеллектуальной собственностью разработчика) – 8,1 %.

3. Смешанная модель (сочетает в себе элементы первых двух моделей: экспортеры занимаются оффшорным программированием и в то же время работают над собственными разработками) – 23,7%.

4. Аутсорсинг бизнес-процессов (услуги по выполнению рутинных бизнес-операций для зарубежных заказчиков, не связанные непосредственно с разработкой и поддержкой ПО) – 24,2%.

5. Модели *near sourcing* – основываются на приоритете конкурентного преимущества географической и ментальной близости к заказчикам проекта, приобретают все большее значение – 7,2%.

Диверсификация украинского рынка проявляется в появлении целого спектра актуальных направлений, таких как: 1. ИТ-аутстаффинг – аутсорсинг персонала, инструмент в управлении ИТ-персоналом, дающий компаниям возможность регулировать численность ИТ-отделов, позволяющий осуществить вывод ИТ-специалистов компании за пределы штата, снизить административную и финансовую нагрузку при сохранении непосредственного руководства сотрудниками; обеспечить максимальную гибкость в управлении персоналом и соответствие количества рабочей силы реальному объему работы; обеспечить гарантию качества оказываемых услуг, которую не всегда можно получить, используя штатного системного администратора, это контроль над действиями специалиста, а, соответственно, контроль всей инфраструктуры компании. 2. ИТ-аутсорсинг сервисов – предоставление в пользование заказчику различных сервисов, управление как в целом ИТ-инфраструктурой компании, так и поддержку отдельных сервисов, управление рабочими станциями, централизованный контроль и управление компьютерами и периферийным оборудованием компании, управление различными компонентами ИТ-инфраструктуры: серверами, почтовой системой, базами данных, хранением данных, локальными сетями, файловыми ресурсами, системного программного обеспечения; управление ИТ-запросами; управление и администрирование приложениями на базе Cloud computing (IaaS, PaaS, SaaS), SOA, Performance Management [7, с. 78]. 3. Стратегический ИТ-аутсорсинг предусматривает полное сопровождение и регулярный аудит ИТ-инфраструктуры компании; контроль состояния инфраструктуры, ПО, оборудования, ИТ-персонала; обеспечивает повышение качества предоставляемых услуг и уровня удовлетворенности пользователей. 4. Бухгалтерский ИТ-аутсорсинг – это процесс передачи ведения бухгалтерского учета предприятия другим специалистам с целью оптимизации бизнес-процессов, максимального снижения финансовых и налоговых рисков, уменьшения управленческих и финансовых затрат (о перспективности данного направления свидетельствуют данные – годовой объем рынка бухгалтерского аутсорсинга в России составляет \$2 млрд, что соизмеримо с рынком лицензионного программного обеспечения); в России осуществляются мероприятия по продвижению нового сервиса, так в августе-сентябре 2011 года планируется запуск проекта “1С:Бухобслуживание” партнерской сети 1С по оказанию аутсорсинговых бухгалтерских услуг на базе жесткого контроля с точки зрения технологии, ИТ-стандартов, соблюдения стандартов качества.

Однако анализ тенденций 2009–2010 годов позволил выявить не только мощный потенциал ИТ-сектора Украины, его высокие рейтинговые показатели и факторы конкурентоспособности, но и угрозы институционального характера, связанные в частности с изменением в Налоговом Кодексе в части регламентации СПД и организационной особенностью рынка ИТ-аутсорсинга Украины – опора на малые компании (менее 15 человек и независимые группы программистов – 35,7% рынка; лишь 14% компаний относятся к крупным – более 80 человек), учредителями которых в 62,5% случаев являются СПД. Исключение ИТ-услуг из списка СПД на едином налоге в новом налоговом кодексе увеличило с 0,24% до 40% налоговые выплаты, что может привести к уходу в тень, оттоку специалистов, массовому закрытию ИТ-компаний основного сегмента. Кроме того необходима государственная финансовая поддержка сектора, бюджетное финансирование подготовки ИТ-кадров, чтоб удержать позиции Украины в мировом разделении ИТ-труда. Ведь если в России в 2010 году бюджетные расходы на образование выросли на 7,3%, более чем на 50 % на науку; в США на 2011 год заложено \$79,4 млрд на федеральные ИТ-нужды (на 1,2% больше, чем в 2010 году); в Белоруссии – программа правительства “300 тыс. ИТ-специалистов к 2015 году”; даже правительство Кении поставило задачу увеличения числа рабочих мест, связанных с аутсорсингом с 8 до 120 тыс. в 2020 году, и Гана намеревается создать 45 тыс. рабочих мест к 2015 году; структура бюджета-2011 в части образования, информатизации и научно-технических программ соответствуют уровню развития 90-х годов.

Выводы

1. Отрасль ИТ-аутсорсинга в Украине является одной из наиболее перспективных, динамичных, устойчивых, самых инновационных и экологически чистых отраслей современной экономики, приносящей бюджету более \$2,4 млн в год, имеющая мощный потенциал дальнейшего развития до \$100 млн.

2. Основными особенностями украинского рынка ИТ-аутсорсинга, отличающими его от соответствующих рынков экономически развитых стран, являются общая незрелость, недостаточная цивилизованность, непрозрачность, широкая диверсификация рынка и моделей предоставляемых услуг.

3. Основой превращения возможности отрасли ИТ-аутсорсинга в конкурентоспособный сегмент мирового и ЦВЕ рынка, а также реализации ИТ-потенциала Украины является стабилизация экономической и политической ситуации в стране, методологически обоснованное институциональное регулирование ИТ-рынка.

Литература

1. Чайковська М. П. ИТ-аутсорсинг в контексте экономических трансформаций / М. П. Чайковська // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 6. Т. 3. – С. 138–142.
2. Чайковська М. П. Стратегії розвитку ІТ-ринку України в умовах фінансової кризи / М. П. Чайковська // Вісник соціально-економічних досліджень : збірник наукових праць. – Одеса : ОДЕУ, 2009. – Вип. № 35. – С. 132–139.
3. Бравар Ж. Л. Эффективный аутсорсинг / Бравар Ж. Л. – Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2007. – 288 с.
4. Аникин Б. А. Аутсорсинг: создание высокоэффективных и конкурентоспособных организаций / Аникин Б. А. – М. : Инфра-М, 2003. – 192 с.
5. <http://www.hi-tech.org.ua/>
6. Чайковская М. П. Инновационные бизнес-модели ИТ-рынка Украины в условиях трансформационной экономики / М. П. Чайковська. – Переяслав-Хмельницкий : ДПУ, 2009. – Вып. 10. – С. 163–170.
7. Чайковская М. П. Инновационные технологии оптимизации ИТ-инфраструктуры предприятия / М. П. Чайковська // Економічний вісник університету : збірник наукових праць. – Переяслав-Хмельницький : ДПУ, 2010. – Вип. 2. – С. 74–79.

Надійшла 14.03.2011

УДК 65.0:005.21

Ю. П. ШАРОВ

Дніпропетровський регіональний інститут державного управління
Національної академії державного управління при Президентові України

К. В. КРАВЧЕНКО

Національна металургійна академія України, м. Дніпропетровськ

ДВОХАСПЕКТНА БІЗНЕС-МЕТРИКА ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Запропоновано модель двохаспектної бізнес-метрики діяльності підприємства на основі методології збалансованої системи показників. Побудовано двохаспектну бізнес-метрику діяльності ВАТ «Інтерпайп НТЗ».

The model of twoaspect business metrics of enterprise activity on the basis of Balanced Scorecard methodology is offered. Twoaspect business metrics for open corporation «Інтерпайп НТЗ» activity is built.

Ключові слова: динамічне бізнес-середовище, управління підприємством, бізнес-метрика, показники, м'який рівень, жорсткий рівень, домінанта, зона стратегічної відповідальності, субмісія.

Постановка проблеми. Для багатьох підприємств, в тому числі металургійних, сьогодні є актуальною проблема вибору та побудови «розумної» бізнес-метрики – системи вимірювання результатів діяльності, в тому числі стратегічної, яка б в умовах динамічного бізнес-середовища дозволяла підприємствам вчасно адаптуватися до зовнішніх змін, швидко і без фінансових втрат трансформуючи діючу бізнес-метрику в нову актуальну конфігурацію. За останні роки з'явилось багато моделей бізнес-метрики підприємства, але найбільш розповсюдженою все ж таки залишається система збалансованих показників (BSC), запропонована Р. Капланом і Д. Нортеном ще у 1992 році [1], яку вони постійно вдосконалюють [2, 3]. Проте підприємствам часто не вдається отримати очікуваного результату від впровадження BSC і вони з розчаруванням закривають цей проект. Тому проблема розвитку методології BSC, враховуючи вимоги сучасного динамічного бізнес-середовища, є актуальною, але поки ще недостатньо науково проробленою.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Серед вчених, які розвивають методологію BSC в різних напрямках і сферах діяльності, Гершун А. [4], Горський М. [4], П. Р. Нівен [5], В. П. Савчук [6], Б. Фелпс [7], Ю. П. Шаров [8] та багато інших. При цьому проблеми її гнучкості та адаптивності потребують подальших досліджень, особливо в умовах динамічного бізнес-середовища.

Метою дослідження є побудова і апробація моделі двохаспектної бізнес-метрики діяльності підприємства як одного з інструментів поліконтурного стратегічно-орієнтованого управління підприємством в умовах динамічного бізнес-середовища.

Виклад основного матеріалу дослідження. Двохаспектна бізнес-метрика, що розглядається в даній статті, є частиною розробленої авторами концептуальної моделі поліконтурного стратегічно-

орієнтованого управління підприємством (ПСОУП), яка дозволяє підвищити адаптивність підприємства до умов динамічного бізнес-середовища і скоротити час реакції на його виклики. Модель двохаспектної бізнес-метрики діяльності підприємства (рис. 1) розроблена на основі методології BSC і авторської категорії «зона стратегічної відповідальності» (ЗСВ), яка є центральним елементом ПСОУП. ЗСВ – це віртуальна інституція, що має власну субмісію, яка змістовно відповідає одному з ключових факторів успіху у відповідній галузі діяльності підприємства на ринку, і створюється шляхом цілеспрямованої інтеграції вибірково визначених матеріальних та нематеріальних ресурсів підприємства. Двохаспектна бізнес-метрика забезпечує розгляд і візуалізацію комплексу результатних показників не лише у функціональному (традиційні проєкції «фінанси», «клієнти», «процеси», «навчання та зростання»), а і в цільовому аспекті (в проєкціях ключових факторів успіху в галузі діяльності через показники виконання субмісій ЗСВ).

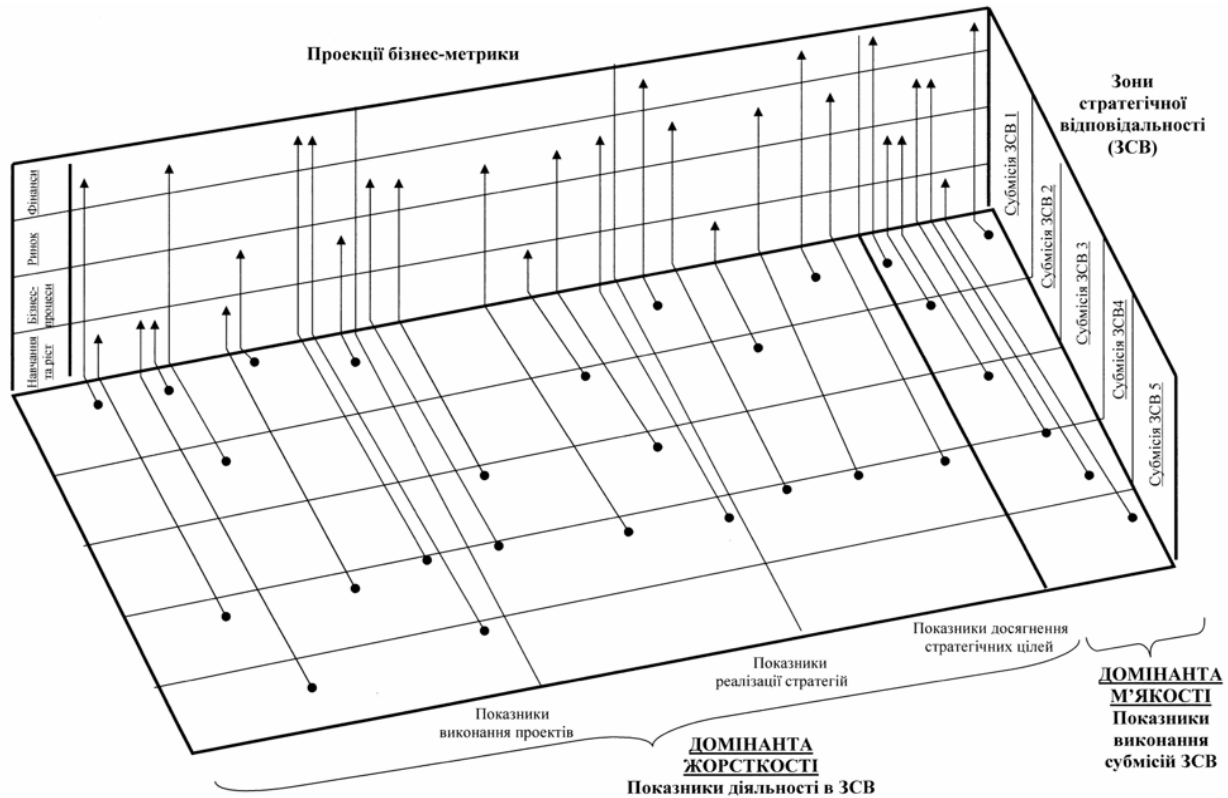


Рис. 1. Модель двохаспектної бізнес-метрики діяльності підприємства

Центральною ідеєю двохаспектної бізнес-метрики є виокремлення просторів «м'якого» та «жорсткого» рівнів стратегічно-орієнтованого управління підприємством. Модель двохаспектної бізнес-метрики діяльності підприємства складається з показників виконання субмісій ЗСВ (м'який рівень) та показників діяльності в ЗСВ (жорсткий рівень). Домінанта між цими рівнями обирається залежно від цілей та обставин. При цьому слід враховувати, що переважно м'яке управління призводить до «поверхневого» управління, а також до незапланованості і слабкої координації дій менеджерів, внаслідок чого бізнес стає не завжди передбачуваним і недостатньо керованим. Тобто воно є доцільним під час вирішення відносно простих завдань з незначним рівнем невизначеності. Виключно жорстке управління є, безумовно, більш «потужним» і застосовується для вирішення складних і масштабних завдань, але може призводити до надмірної бюрократизації управління, роблячи процес управління негнучким, а також таким, що не відповідає умовам динамічного бізнес-середовища і принципам антикризового управління.

Викладені в статті концептуальні напрацювання переведені у практичну площину на прикладі ВАТ «Інтерпайп Нижньодніпровський трубопрокатний завод». Конфігурація двохаспектної бізнес-метрики діяльності ВАТ «Інтерпайп НТЗ» в рамках діючої генеральної стратегії наведена на рисунку 2.

Для ВАТ «Інтерпайп НТЗ» запропоновано виділити 5 ЗСВ з наступними субмісіями:

- 1) ЗСВ 1 – знижувати валові витрати;
- 2) ЗСВ 2 – раціоналізувати структуру і підвищувати результативність непрофільного бізнесу;
- 3) ЗСВ 3 – збільшувати інтеграцію з контрагентами;
- 4) ЗСВ 4 – підвищувати диференціацію продуктів та послуг в трубному бізнесі;
- 5) ЗСВ 5 – підвищувати якість коліс.

Побудована двохаспектна бізнес-метрика діяльності ВАТ «Інтерпайп НТЗ» є прикладом одного з можливих її варіантів для даного підприємства.

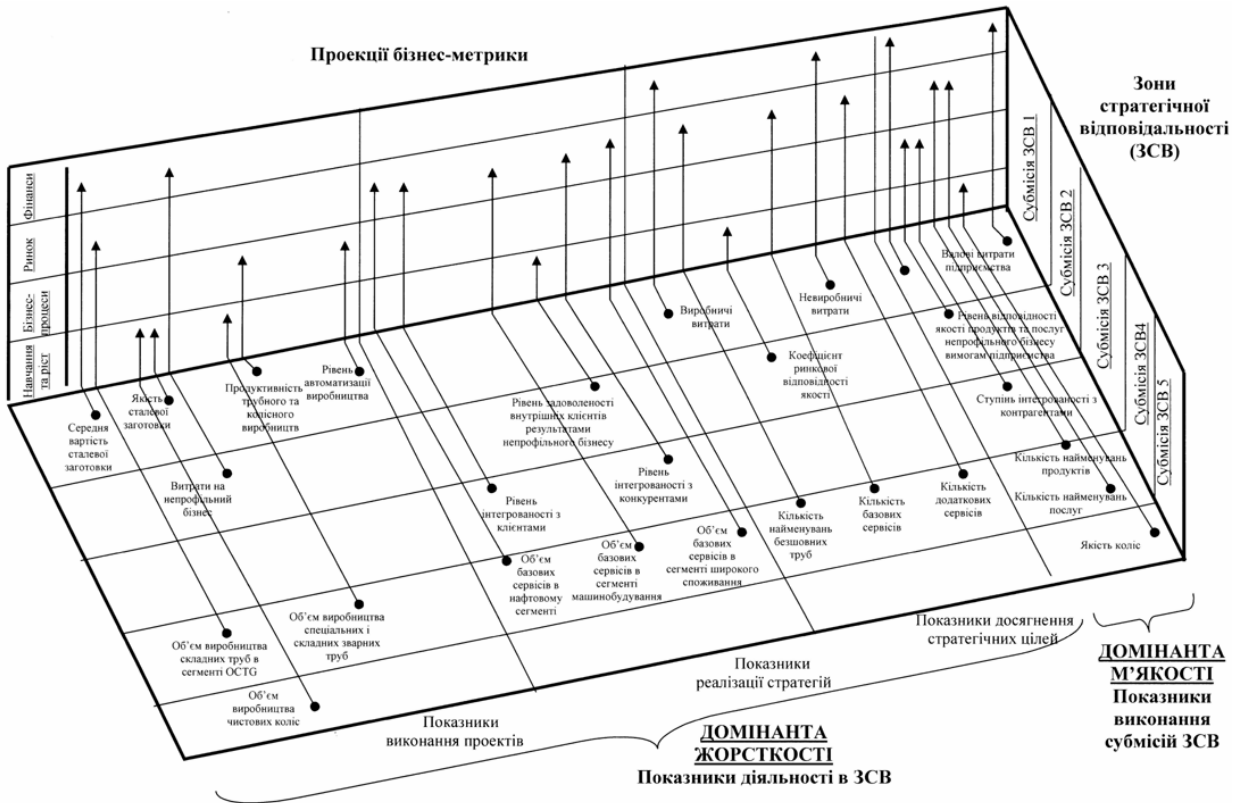


Рис. 2. Двохаспектної бізнес-метрики діяльності ВАТ "Інтерпайп НТЗ"

Висновки. Таким чином, запропонована модель двохаспектної бізнес-метрики діяльності підприємства дозволяє раціоналізувати вимір результатів бізнес-діяльності і надати системі показників цільового характеру. Подальші дослідження будуть пов'язані з поглибленням викладених напрацювань і розробкою механізмів підтримки ефективності двохаспектної бізнес-метрики на підприємстві.

Література

1. Kaplan R. S. and Norton D. P. The balanced scorecard: Measures that drive performance, Harvard business review, January-February 1992, p. 71–79.
2. Каплан Р. С. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Р. С. Каплан, Д. П. Нортон ; [пер. с англ.]. – М. : ЗАО "Олимп-Бизнес", 2004. – 304 с.
3. Каплан Р. С. Стратегическое единство: Создание синергии организации с помощью сбалансированной системы показателей / Р. С. Каплан, Д. П. Нортон. – М. : Диалектика-Вильямс, 2006. – 384 с.
4. Гершун А. Технологии сбалансированного управления / А. Гершун, М. Горский. – М. : ЗАО "Олимп-Бизнес", 2005. – 416 с.
5. Нивен П. Р. Сбалансированная система показателей – шаг за шагом: Максимальное повышение эффективности и закрепление полученных результатов / П. Р. Нивен ; [пер. с англ.]. – Днепропетровск : Баланс-Клуб, 2003. – 328 с.
6. Савчук В. Стратегия + Финансы : уроки принятия бизнес-решений для руководителей / Савчук В. – К. : Companion Group, 2009. – 352 с.
7. Фелпс Б. Умные бизнес-показатели: Система измерений эффективности как важный элемент менеджмента / Б. Фелпс ; [пер. с англ.]. – Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2004. – 312 с.
8. Шаров Ю. П. Стратегічний менеджмент : [опорний конспект лекцій] / Ю. П. Шаров, Н. І. Вишинська. – Д. : Вид-во ТОВ «Днепрост», 2007. – 92 с.

Надійшла 14.03.2011

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ ПРЕДПРИЯТИЯ

Рассмотрены и обобщены методы оценки эффективности функционирования информационных систем предприятия. Обоснованы критерии выбора метода оценки.

Reviewed and summarized methods for evaluating the performance of information systems. The criteria of choice of valuation method.

Ключевые слова: метод, информационная система, оценка, эффект, эффективность.

Одной из проблем определения эффективности использования информационных систем является выбор методики оценки. В классической литературе, посвященной вопросу оценки эффективности, она рассчитывается по формуле:

$$\text{Эффективность} = \frac{\text{Эффект}}{\text{Затраты}} \quad (1)$$

Затраты – совокупные затраты на приобретение, установку и конфигурирование, сопровождение и поддержку, а также затраты связанные с простоем оборудования во время технического обслуживания или устранения неисправностей.

Эффект – эффект, достигаемый при внедрении ПО. Однако из-за специфики использования информационных систем определить прямой эффект от их внедрения (во временных или финансовых показателях) затруднительно. Вследствие этого возникает задача выбора метода оценки, все множество которых можно разделить на следующие:

1. Затратные методы. Оценка производится не на основе измерения конечного продукта или результата, а на основе затраченных ресурсов или сил.

2. Методы оценки прямого результата. Методика оценивает прямой измеримый результат, например, снижение стоимости владения, повышение функциональности системы, снижение трудозатрат или появление побочного продукта основного трудопроизводства.

3. Методы, основанные на оценке идеальности процесса. Такие методики базируются на статических или динамических сравнительных алгоритмах. Базовым показателем выбирается объект рассматриваемой системы, тогда идеальной считается информационная система с лучшими для отрасли показателями затрат на единицу выхода. Популярны также подходы на базе сравнения с альтернативным решением.

4. Квалиметрические подходы. Такие методики комплексно рассматривают информационную систему, организуют ее измерение и обрабатывают полученные результаты статистическими, социологическими и/или экспертными методами.

К затратным методам следует отнести следующие:

1) Котловой метод. Метод основан на определении соотношения объемов вложений в программное обеспечение, включая внедрение и сопровождение, с размерами предприятия и направлениями его бизнеса. Часто данное соотношение задается в виде максимально-допустимого объема вложений по отношению к годовому обороту предприятия, например не более 1% для небольших предприятий и не более 3% для крупных.

2) Метод функциональной точки. Данный метод используется для приблизительной оценки стоимости создания и внедрения информационной системы (ИС) в зависимости от требований пользователя. Каждое такое требование оценивается как по шкале трудности (легкие, средние и трудные), так и по шкале важности для пользователя. Требования представляются в виде вектора (функциональной точки) в многомерном пространстве. Далее в соответствии с гипотезой «компактности» предполагается, что чем ближе функциональные точки проектов друг к другу в пространстве требований, тем их параметры, включая и эффективность, более схожи. Соответственно в базе ранее внедренных проектов находится такой, чья функциональная точка ближе всего находится к проектируемой ИС, и предполагается, что их эффективности максимально близки.

3) Total cost of ownership (TCO – совокупная стоимость владения). Данный метод предполагает количественную оценку на внедрение и сопровождение программного обеспечения, рассчитываемую по формуле:

$$Z_{\tau}^{штм} = Z_{\tau}^{факт} + \sum_{t=\tau}^T (1+E)^{-t} \times Z_t^{оц},$$

где Z_t^{umm} – оценка интегрированных затрат по проекту в момент t ; E – норма дисконтирования, отражающая временной характер финансовых ресурсов; $Z_t^{факт}$ – дисконтированная сумма фактически произведенных интегральных затрат на момент t ; T – период жизненного цикла системы; $Z_t^{ох}$ – оценка интегральных затрат на проект в периоде t .

Модель ТСО позволяет разобраться в структуре расходов, связанных с ИС, и открывает широкие перспективы для их сокращения, также способствует выявлению текущих проблем, обеспечивает постоянную обратную связь в управлении затратами.

К методам оценки прямого результата относят:

1) Потребительский индекс (Customer index). Этот метод предполагает оценку результатов внедрения ПО в виде совокупности индексов, отражающих положительные изменения в работе компании (увеличение доходов, снижение затрат, увеличение оборотов, увеличение клиентской базы и т.п.).

2) Applied information economics (AIE – прикладная информационная экономика) – методика аналогична потребителскому индексу, но в отличие от нее также предполагает оценку различных субъективных показателей, например, простота работы с системой, удовлетворенность клиентов и т.д.

3) Economic value sourced (EVS – источник экономической стоимости). Представляет собой оценку того, какую пользу ПО приносит компании при его использовании, оценивается по четырем показателям: увеличение доходов, повышение производительности труда, сокращение времени выпуска продуктов, снижение рисков.

4) Economic value added (EVA – экономическая добавленная стоимость). Данная методика предполагает определение эффекта как фактическую прибыль от использования ПО, которая равна чистой операционной прибыли за минусом стоимости капитала. Применительно к ИТ проектам EVA означает, что:

- при использовании капитала в ИТ проектах, необходимо учитывать его стоимость, за него необходимо платить также, как и за труд работников;
- предполагается, что ИТ-специалисты продают свои услуги другим подразделениям по рыночным расценкам.

Это позволяет рассматривать ИТ как центр прибыли, а не затрат, при этом четко отображая, как увеличиваются доходы.

Методы «идеальности процесса» основаны на сравнении результатов внедрения ИС с уже существующими хорошими (идеальными) примерами. И предполагается, чем ближе мы приближаемся к этим примерам, тем выше эффективность внедряемой ИС. К таким методам относятся:

1) Среднеотраслевые результаты. В этом случае оценка результативности внедрения ПО проводится по сравнению со средними отраслевыми результатами. Эти результаты обычно приводятся в открытых публикациях и маркетинговых материалах.

2) Gartner Measurement (Гартнер-измерение). Согласно этому методу эффективность определяет, насколько данная информационная система соответствует нуждам пользователя. При этом ориентирование идет не только на внутренние возможности системы, но и на субъективное мнение клиентов и объективные данные различных вариантов внедрения. Для этого качественно оцениваются такие критерии как время, затраченное на настройку системы, реализованные функциональные возможности, среднее число пользователей на один сервер, среднее и пиковое число транзакций в единицу времени, стоимость одной транзакции, среднее и пиковое время отклика системы, используемые методы обучения, стоимость инфраструктуры информационной системы на одного пользователя. На основе такого исследования оценивается конкретный вариант внедрения, при этом он сравнивается с другими (ранее внедренными) и на основе анализа даются рекомендации по улучшению работы информационной системы, подбору оптимальной конфигурации ПО, по наиболее эффективным для данного клиента методикам обучения, по интеграции информационных систем с другими системами заказчика.

3) Return of investment (ROI – возвратность инвестиций). Суть методики заключается в выборе для компании типового проекта, оптимального по показателю сроков возврата инвестиций в ПО.

К квалиметрическим методам относят:

1) Total economic impact (TEI – модель совокупного экономического эффекта). В качестве затратной компоненты данного метода используется модель ТСО, а эффект рассчитывается на основе следующих факторов:

- Преимущества. Сравнение вариантов организации труда существующей и в прогнозируемой информационной системе (как было – как будет). Оценка различий и сопоставление результатов с целями проекта позволяет определить преимущества или недостатки новой информационной системы.

- Гибкость. Гибкость информационной системы оценивается с точки зрения ее расширяемости, а также ее адаптируемости к новым условиям. Одним из гарантов гибкости является использование стандартизированных и унифицированных решений, а также продуманная архитектура информационной системы.

- Риск. Подразумевается вероятность финансовых потерь при инвестировании в ИТ.

2) Balanced scorecard (BSC – сбалансированная система показателей). Это система стратегического управления организацией на основе измерения и оценки ее эффективности через использование

комплексной функции, включающей набор показателей, учитывающих все аспекты деятельности компании (финансовые, маркетинговые и т.д.). К таким показателям обычно относят:

- критические факторы успеха (Critical Factors of Success, CFS) – стратегические показатели: финансы, клиенты, внутренние бизнес-процессы, обучение и рост;
- ключевые показатели эффективности (Key performance indicators, KPI), включая достигнутые результаты деятельности компании.

Состав и количество сбалансированных показателей определяются исходя из специфики каждой компании.

При выборе метода оценки эффективности функционирования информационных систем необходимо учитывать следующие факторы:

- оценка как эффекта, так и затратной компоненты эффективности; возможность определения эффекта применительно к информационной системе (возможность оценки финансовых и временных показателей, таких как производительность труда, снижение себестоимости продукции и т.п.);
- возможность определения показателей без проведения глубокого обследования бизнес-процессов организации (данное обследование является очень затратным и трудоемким. И как правило необходимо лишь для специализированного программного обеспечения);
- универсальность методики – определяется универсальностью параметров и силе их влияния (при изменении) на алгоритм расчета.

Результаты возможности применения различных методов приведены в таблице.

Таблица 1

Возможность применения методов оценки эффективности функционирования информационных систем

Метод	Оценка эффекта и затрат	Определение эффекта для информационной системы	Необходимость глубокого обследования организации	Универсальность
Котловой метод	затраты	не считается	не требуется	универсален
Метод функциональной точки	эффект, затраты	применим	не требуется	не универсален
TCO	затраты	не считается	не требуется	универсален
Потребительский индекс	эффект	не применим	требуется	не универсален
AIE	эффект	применим	не требуется	универсален
EVS	эффект	не применим	требуется	не универсален
EVA	эффект, затраты	применим	требуется	универсален
Среднеотраслевые результаты	эффект	не применим	не требуется	универсален
Gartner Measurement	эффект, затраты	применим	не требуется	универсален
Return of investment	эффект, затраты	не применим	не требуется	универсален
TEI	эффект, затраты (TCO)	применим	не требуется	универсален
BSC	эффект, затраты	применим	требуется	универсален

Только два метода оценки соответствуют всем перечисленным факторам: Gartner Measurement и TEI.

Особенностью использования метода Gartner Measurement для оценки эффективности, является необходимость в большой и подробной базе данных (БД) ранее проведенных инсталляций. Что делает его использование весьма затруднительным.

Что касается метода TEI, то его использование для оценки эффективности не нуждается в наличии большой БД, а использование модели TCO в качестве затратной компоненты данного метода позволяет полностью разобраться в структуре расходов связанных с ПО. Эффект рассчитывается на основе дополнительных факторов, которые позволяют определить преимущества или недостатки новой информационной системы, оценить гибкость новой ИС, а также учесть возможные финансовые риски при внедрении новой ИС. Все это позволяет получить достаточно точную оценку и делает метод TEI оптимальным для расчета эффективности использования информационной системы.

Литература

1. Автоматизация управления предприятием / [Баронов В.В. и др.]. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 239 с.
2. Бычков И.В. Информационная система машиностроительного предприятия / И.В. Бычков. – 2004. – № 11-12.
3. Когаловский М.Р. Перспективные технологии информационных систем / Когаловский М.Р. – М. : ДМК Пресс; Компания АйТи, 2003. – 288 с.
4. Чуб Б.А. Информационное обеспечение управления [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.cfin.ru/bandurin/article/sbrn04/12.shtml>
5. Alter S. Information Systems / Steven Alter. - 4th ed. - Upper Saddle River: Prentice Hall, 2002. - 587 p.

6. William S. Davis, David C. Yen The Information System Consultant's Handbook. Systems Analysis and Design. — CRC Press, 1998. — 800 с.

Надійшла 13.04.2011

УДК 681.3

В. В. ХРИСТИАНОВСКИЙ
Донецкий национальный университет

МОДЕЛИРОВАНИЕ ПРОЦЕССА ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ ПРИ УПРАВЛЕНИИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЕМ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ СИСТЕМ

В статье рассмотрен подход к принятию решений при управлении функционированием крупного предприятия цветной металлургии способом моделирования управления оборотными активами.

This article describes an approach to decision making in managing the operation of large enterprises of nonferrous metallurgy method of modeling current assets management.

Ключевые слова: управление оборотными активами, производственная система, ценовая политика.

В период больших осложнений в экономике Украины, вызванных воздействием финансовых кризисов и необходимой перестройкой многих застаревших устоев командно-административного способа управления возникает, острая необходимость в разработке новых подходов к процессу принятия любых управленческих решений.

Существует много различных схем управления функционированием производственных систем, но наиболее результативным, с кибернетической точки зрения, является упреждающий способ управления. Он заключается в том, что решение принимается на основании прогнозных данных о возможном состоянии системы, что позволяет, если это необходимо, выиграть время и другие ресурсы за счет упреждения нежелательного исхода. Это значительно экономит расходы «энергии» системы, связанные с отсутствием необходимости ликвидировать возникающие сбои в функционировании.

Технически этот процесс осуществляется следующим образом. Разрабатываются математические модели, которые отражают процесс функционирования системы, с помощью которых получают информацию для принятия решений. Для этого необходимо использовать современные методы и подходы, так как существующий аппарат описания функционирования производственных систем с помощью линейных детерминированных моделей себя исчерпал и не отражает всего разнообразия возможных экономических ситуаций. Другими словами, для эффективного управления необходимо использовать нелинейные динамические модели, которые позволяют учитывать неопределенность и риск, существующие как обязательные атрибуты при любом функционировании производственных систем.

Результативность управления с помощью построенных таким образом моделей можно усилить еще и тем, что такие модели должны давать возможность получения синергетического эффекта от соединения разнородных типов моделей с элементами, отражающими внутреннюю самоорганизацию системы.

В данной работе рассмотрен подход к принятию решений при управлении функционированием крупного предприятия цветной металлургии способом моделирования управления оборотными активами, отражающими в полной мере развитие всего производства. Это объясняется тем, что при наличии кризисных ситуаций, связанных с невозможностью дополнительного привлечения финансовых ресурсов для пополнения оборотных активов предприятия, их эффективное использование позволяет оптимизировать весь сложный процесс функционирования предприятия, характеризующийся большим количеством влияющих на него факторов и с учетом неопределенности внутренней и внешней среды.

Процесс управления оборотными активами достаточно сложен, чтобы его можно было представить в виде одной оптимизационной модели. На современном этапе управления оборотными активами такие модели не дают достаточного экономического эффекта, хотя они и заменили эмоционально-чувственные, примитивные способы домодельного периода принятия управленческих решений. В моделях управления оборотными активами необходимо учитывать динамичность и нелинейность процесса управления с рядом последовательно воздействующих на производственный процесс множества факторов, отражающих неопределенность возникающих ситуаций. Кроме этого, этот процесс требует для своего описания большого количества переменных и функций, что значительно усложняет оптимизационные модели.

Для устранения указанных сложностей можно использовать имитационные модели, которые позволяют проигрывать (прогнозировать) различные производственные ситуации и давать информацию для принятия решений. Но и они не дают возможности определять лучший вариант развития процесса, так как необходимо еще в процесс принятия решений добавлять критерий выбора наилучшего из возможных полученных на имитационной модели сценариев развития. Другими словами, имитационные модели позволяют получать множество возможных производственных ситуаций (прогнозировать возможное поведение объекта исследования), а оптимизационные модели позволяют выбирать оптимальный вариант из множества исходов, полученных в процессе имитации.

Отсюда следует, что исходя из сложности, динамичности и неопределенности процесса управления в экономике необходимо применять комбинированный класс моделей, которые объединяют в себе методы имитационного и оптимизационного подхода при построении моделей. Такой класс моделей достаточно подробно описан на примере моделирования процесса принятия решений при управлении оборотными активами в работах [1, 2, 3].

Покажем, как используются результаты моделирования, полученные по сложным динамическим моделям, для принятия решений в конкретных ситуациях. Для этого рассмотрим процесс выбора оптимального решения с помощью информации, полученной путем применения комбинированной имитационно-оптимизационной модели (КИОМ) при управлении кругооборотом оборотных активов на Артемовском заводе по обработке цветных металлов. В качестве основного показателя, отражающего эффективность управления оборотными активами, в этой модели будет выступать уровень накопленной чистой прибыли. Он отражает эффективность функционирования всей производственной системы, так как показывает соотношение доходов и затрат по производству продукции в динамике.

Опишем суть предлагаемого подхода по принятию решений в реальных условиях функционирования завода по обработке цветных металлов. Для принятия решения на графике (рис. 1) изобразим возможные уровни накопленной чистой прибыли, которые будут представлять собой вектор сценариев. В соответствие с местом желаемого уровня накопленной чистой прибыли определим порядок к действию лица, принимающего решение (ЛПР).

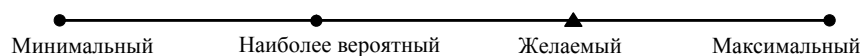


Рис. 1. Возможные уровни накопленной чистой прибыли

Как видно из рис. 1 желаемый для ЛПР уровень накопленной чистой прибыли меньше максимального, но больше, чем минимальный и наиболее вероятный. В соответствии с результатами алгоритма использования КИОМ при прогнозировании уровня накопленной чистой прибыли [2] можно построить три варианта действий, которые необходимо проанализировать и выбрать наиболее приемлемый для ЛПР.

Первый вариант будет заключаться в изменении параметров модели таким образом, чтобы желаемые результаты находились на уровне результатов наиболее вероятного сценария. Для этого необходимо провести анализ чувствительности параметров модели (реакцию модели) на изменение результирующих показателей и определить, что надо изменить, чтобы получить наиболее вероятный вариант развития.

Если изменить параметры модели невозможно, то в качестве окончательного принимается наиболее вероятный сценарий (второй вариант действий ЛПР). Отсюда следует, что требования к жесткому выполнению плана получения накопленной чистой прибыли могут быть занижены, в результате чего можно получить эффект от экономии затрат. Если система на желаемом уровне функционировать не может, то необходимо в качестве управляющего воздействия ввести меры по возможному изменению структуры системы, то есть определить способ ее дальнейшего развития.

Если в системе невозможно изменить параметры таким образом, чтобы получить желаемый результат (нехватка времени или ресурсов), то необходимо разработать серию мероприятий, чтобы повысить вероятность наступления желаемого результата (третий вариант принятия решений).

Выберем круг факторов, на которые можно оказывать влияние при управлении оборотными активами и которые позволяют увеличивать валовую маржинальную прибыль.

Таковыми факторами выступают:

1. Объем продаж готовой продукции или доля рынка готовой продукции.
2. Поступление вторичного сырья, доля рынка вторичных металлов, которые позволяют увеличивать объем продаж (при жестких ограничениях на сырье).
3. Снижение технологических коэффициентов, которые позволяют снизить себестоимость единицы продукции.
4. Снижение прямых затрат на обработку одной тонны готовой продукции.
5. Снижение общей суммы накладных затрат, которые снижают себестоимость выпускаемой продукции.

Проведя анализ чувствительности модели на изменение указанных факторов с помощью модели КИОМ можно выявить некоторые закономерности:

- потребность в латунном прокате на данном предприятии удовлетворена полностью, при этом есть возможность реализовать на рынке дополнительный объем медной катанки и проката, которые ограничены объемами медного сырья на производстве;
- существует излишек латунного лома, который можно было бы использовать при наличии медного лома для производства медного и латунного проката;
- снижение технологического коэффициента на 0,001 по каждому из видов проката дает в среднем

доход в 56 гривен на 1 тонну проката, а снижение прямых затрат на обработку на 1% дает снижение себестоимости на 1 тонну готовой продукции в количестве 14 гривен;

– снижение накладных затрат прямо влияет на увеличение чистой прибыли, так как оно напрямую связано с определением наиболее весомых статей затрат. Чаще всего основную часть накладных затрат составляют ремонты технологического оборудования и административных помещений (основных фондов). Но так как фактор снижения объема ремонтов может наступить только с вводом в эксплуатацию нового оборудования, что требует больших затрат, то данный путь снижения накладных расходов может использоваться только на длительном промежутке времени.

Предварительный анализ показал, что достижение желаемого уровня накопленной чистой прибыли возможно при выполнении следующих двух требований к системе:

1. Увеличение объема медного сырья за счет увеличения цены на лом меди, что дает возможность привлечь часть сырья, используемого конкурентами, и привлечение первичной меди в экономически целесообразном количестве. Первичная медь значительно дороже лома меди и смешением вторичного и первичного сырья можно добиться экономически эффективного увеличения объема готовой продукции и снижения технологического коэффициента, так как при плавлении первичного сырья безвозвратные потери ниже.

2. Увеличение доли предприятия на рынке медного проката за счет снижения цены на продукцию.

Произведем следующие изменения в модели и проиграем новые ситуации:

– увеличим цену на лом меди, что позволит увеличить долю предприятия на рынке медного лома на 10%;

– для производства медного проката в соотношении 95% лома меди и 5% катодной меди привлечем дополнительно катодную медь, что позволит увеличить общий объем медного сырья еще на 5%;

– произведем снижение цены на круглый прокат (наиболее эффективная продукция), что позволит увеличить присутствие предприятия на рынке этой продукции еще на 18%.

Предложенные управляющие воздействия введем в модель КИОМ и проиграем все сценарии еще раз, а результаты проигрывания по модели проранжируем по вероятности их появления (реализуемости). Мы увидим, что минимальный и наиболее вероятный сценарии после повторного проигрывания по модели не изменились по своему местоположению на шкале рис. 1, хотя изменились значения накопленной чистой прибыли в количественном выражении. Это произошло потому, что наиболее вероятный сценарий описывает ситуацию пессимистического роста экономики Украины, что характеризуется небольшим ростом показателей на рынках как вторичного сырья, так и готовой продукции. Уровни накопленной чистой прибыли большинства сценариев находятся на шкале выше желаемого уровня, а поэтому существует большая вероятность выполнения заданного желаемого уровня накопленной чистой прибыли.

Снова проранжируем результаты проигрывания, для чего разместим их на векторе сценариев и в соответствии с положением желаемого уровня накопленной чистой прибыли определим порядок к дальнейшим действиям. Из рисунка 2 видно, что желаемый результат (сценарий) благодаря произведенным изменениям в модели, разместился между минимальным и наиболее вероятным сценариями.

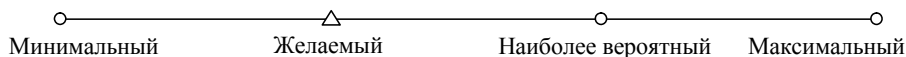


Рис. 2. Вектор сценариев уровней накопленной чистой прибыли

Следуя алгоритму использования модели КИОМ при планировании уровня накопленной чистой прибыли на перспективу в качестве планового сценария развития можно принять наиболее вероятный сценарий. Данный уровень накопленной чистой прибыли больше предварительно желаемого, что принесет предприятию дополнительный эффект. Из расчетов по модели следует, что вероятность реализации принятого сценария составляют 0,865. Однако, существует вероятность, хоть и малая (0,135), невыполнения наиболее вероятного сценария.

Для того, чтобы предприятие не оказалось в неблагоприятных условиях, проанализируем возможные причины появления неблагоприятного сценария и выработаем определенные противодействия, которые не позволят снизить уровень накопленной чистой прибыли.

Анализ ситуации показывает, что основной причиной недополучения прибыли могут быть неблагоприятные условия на рынке сырья и рынке готовой продукции, на которых наблюдается динамика падения емкости обоих рынков, что обуславливает сворачивание объемов производства. Вероятность наступления данного сценария хоть и малая (0,032), но при дальнейшем развитии такой ситуации предприятию будет очень сложно противостоять внешним факторам, так как неблагоприятные тенденции развития обеих рынков выходят за рамки возможностей управляющих воздействий предприятия. Поэтому их необходимо отнести на риск невыполнения желаемого уровня накопленной чистой прибыли.

В случае развития такой ситуации на рынке сырья и готовой продукции необходимо предприятию увеличить производство медного проката, в частности, плоского проката, что позволит противостоять конкуренции со стороны российских и других производителей этой продукции. Такая ценовая политика и

формирование дилерской сети позволит приобрести устойчивую позицию на рынке сырья и рынке готовой продукции.

Можно также путем изменения ценовой политики предприятия (предоставления лучших условий продаж, оплаты по факту поставки продукции, собственной доставки, широкого ассортимента продукции) завоевать позиции на рынке конкурентов.

Проведение указанных мероприятий на практике позволит увеличить вероятность реализации желаемого сценария до 0,925, что позволит предприятию получить допустимый уровень накопленной чистой прибыли. Только в 7,5% случаев предприятие может получить неблагоприятный исход реализации увеличения накопленной чистой прибыли, что, как было сказано выше, можно отнести на риск.

Для получения стопроцентной вероятности получения желаемого сценария необходимо проводить дополнительные мероприятия, частично о которых было сказано выше.

Менеджеры, которые будут использовать описанный подход к оптимизации управления оборотными активами, могут дорабатывать его по следующим направлениям.

Можно производить оптимизацию не только портфеля продаж, но и решать задачу оптимизации загрузки оборудования, минимизации сроков изготовления продукции, минимизации себестоимости, оптимизации финансовой деятельности путем выбора кредитных учреждений и пр.

Для определения изменяемых переменных необходимо учитывать не только внешнюю неопределенность, возникающую на рынке сырья и рынке готовой продукции, но и внутреннюю (поломки и ремонты оборудования, возникновение брака, возможные срывы по поставке продукции и др.).

Исходя из вышесказанного, можно описать алгоритм принятия решений по управлению оборотными активами предприятия с помощью модели КИОМ, который состоит из следующих четырех этапов: построение модели реальной ситуации; построение модели прогностической ситуации; сопоставление модели прогностической ситуации с желаемой; построение модели плановой ситуации.

Факторы-переменные в модели задаются функциями распределения, а проигрываются с помощью сценариев, каждому из которых соответствует вероятность его появления. В качестве факторов-переменных выступают на рынке сырья лом меди и лом латуни, а на рынке готовой продукции – медная катанка, круглый медный и латунный прокат, а также плоский медный и латунный прокат.

Для создания процедуры принятия решений необходимо определять плановый сценарий, для чего полученные результирующие показатели размещаются на векторе уровней накопленной чистой прибыли и сравниваются с желаемым уровнем.

Если желаемые результаты меньше, чем полученные в результате проигрывания минимального сценария, то в таком случае желаемая ситуация будет занижена и целевая функция разработанной модели устремится к минимуму. В такой ситуации в качестве желаемых результатов можно принимать любой результат сценариев на интервале от минимального до максимального.

Если же желаемые результаты находятся на интервале между результатами минимального и наиболее вероятного сценария, то в этом случае в качестве планового сценария принимается наиболее вероятный.

Если же желаемые результаты находятся на интервале между результатами наиболее вероятного и максимального сценариев, то существует три варианта решения:

– необходимо, изменить параметры модели так, чтобы желаемые результаты находились на уровне результатов наиболее вероятного сценария или ниже;

– при невозможности изменения параметров модели в качестве планового сценария принимается наиболее вероятный сценарий; в этом случае система будет функционировать при заведомо заниженных требованиях;

– при отсутствии времени или ресурсов на изменение основных параметров системы за плановый сценарий необходимо принимать сценарий желаемых результатов.

Можно также рассмотреть ситуацию, когда желаемые результаты будут находиться за пределами результатов максимального сценария. Тогда можно использовать следующие два варианта решения:

– либо изменить параметры модели так, чтобы желаемые результаты находились на уровне результатов наиболее вероятного сценария или ниже,

– либо при невозможности изменения параметров модели в качестве планового принимается наиболее вероятный сценарий.

Подводя итог принятия решений по вышеописанному алгоритму, необходимо сказать, что построенная модель помогает ЛПП анализировать варианты сценариев (построенные по модели ситуации) путем внесения изменений в соответствии с проведением возможных мероприятий на рынке сырья и готовой продукции. Однако, в каждом конкретном случае мероприятия по повышению уровня накопленной чистой прибыли могут быть разными и их результат может оцениваться путем проведения дополнительного анализа чувствительности модели.

Литература

1. Христиановский В.В. Моделирование системы управления оборотными активами (на примере

предприятий цветной металлургии) / В.В. Христиановский, В.В. Баранников // Вісник Донецького університету. Серія В, економіка і право. Спецвипуск. – 2006. – Т. 1. – С. 224–228.

2. Христиановский В.В. Применение комбинированных имитационно-оптимизационных моделей в управлении оборотными активами. / В.В. Христиановский, В.В. Баранников // Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект : сб. науч. трудов междунар. научно-практ. семинара. – Донецк, 2007. – С. 888–890.

3. Христиановский В.В. Синтез моделей управления оборотными активами на промышленном предприятии / В.В. Христиановский, В.В. Баранников // Вісник Хмельницького національного університету. – 2005. – № 5, ч. 2, т. 2. – С. 10–14.

Надійшла 18.04.2011

УДК 330.5:504.06

М. Ю. ШЛАПАК

Державна установа «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку НАН України»

ДЕКОМПОЗИЦІЙНИЙ АНАЛІЗ НА ОСНОВІ ДАНИХ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНИХ РАХУНКІВ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРИЙНЯТТЯ ДЕРЖАВНИХ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Розглянуто методологію декомпозиційного аналізу на основі даних традиційних таблиць витрат-вигод національних рахунків та даних еколого-економічних рахунків. Розкрито можливості використання декомпозиційного аналізу для визначення ролі різних чинників у зміні обсягів викидів забруднюючих речовин чи використання енергії національним господарством, його значущість для оцінки еколого-економічних наслідків управлінських рішень.

The methodology of decomposition analysis based on the data from traditional input-output tables of national accounts and data from the environmental-economic accounts was considered. The opportunities of decomposition analysis application for the estimation of the role of different factors in changes of polluting substances emissions volumes or energy consumption by national economy were investigated; the meaning of decomposition analysis application for the evaluation of environmental-economic consequences of administrative decisions was presented.

Ключові слова: декомпозиційний аналіз, система еколого-економічних рахунків, таблиці витрати-випуск.

Система еколого-економічних рахунків є доповненням до традиційної системи національних рахунків і покликана продемонструвати роль природного капіталу в економіці країн, а також сприяти прийняттю ефективних управлінських рішень для забезпечення сталого використання природного капіталу. Еколого-економічні рахунки забезпечують планування та оцінку результативності екологічної політики, покращене інформування щодо прийняття рішень та зростання екологічної свідомості, сприяючи, таким чином, зниженню антропогенного тиску на навколишнє природне середовище, реалізуючи кінцеву мету запровадження екологічно скоригованих національних рахунків [1].

Національне екологічне рахівництво активно розвивалося протягом останніх десятиліть в багатьох європейських країнах. Найбільш розповсюджені рахунки природоохоронних витрат, рахунки використання природних ресурсів економікою (рахунки ресурсних потоків) і рахунки забруднення повітря. Примітно, що Європейська Комісія не лише надалі поширюватиме публікації рахунків для пріоритетних напрямків на всі країни Європейського Союзу, а й активно працюватиме над їх урахуванням при майбутньому реформуванні міжнародної та європейської системи національних рахунків, що свідчить про значущість системи еколого-економічних рахунків для функціонування економічних систем [2].

Зазначимо, що крім описуючої ролі екологічних рахунків та екологічно скоригованих макроекономічних показників, розрахованих зі їх використанням, система еколого-економічних рахунків може відігравати важливу роль при аналізі розвитку економіки та її взаємодії із станом навколишнього природного середовища. Це знайшло своє відображення і на державному рівні. Так, відповідно до закону України «Про державну статистику» до основних завдань органів державної статистики, окрім збирання, опрацювання та поширення, належить і аналіз статистичної інформації, в тому числі щодо екологічних явищ та процесів, які відбуваються в Україні та її регіонах [3].

Одним із способів аналітичного використання даних національних рахунків є структурний декомпозиційний аналіз. Структурний декомпозиційний аналіз – це метод аналізу двох і більше наборів даних таблиць витрат-випуску економіки країни з метою розподілу змін певних характеристик економіки на складові, викликані різними чинниками. Як приклад можна навести розподіл змін загального виробництва протягом двох періодів на зміни, викликані розвитком технології, та зміни, спричинені зростанням чи скороченням кінцевого попиту.

Вихідною точкою для структурного декомпозиційного аналізу є рівняння, в якому показник, зміни якого аналізуються, представлений у вигляді функції від інших показників, які можна назвати визначальними чинниками [4].

Загальна ідея методики структурного декомпозиційного аналізу може бути розглянута на прикладі найпростішої моделі з двома визначальними чинниками:

$$y_t = a_t \cdot b_t,$$

Якщо виразити ліву частину рівняння у формі абсолютної зміни Δy , то можна отримати дві складові, що описуватимуть такі зміни. В результаті диференціювання даної функції із застосуванням правила добутку та використанням моделі дискретного часу можна отримати модель із додатковими декомпозиційними складовими:

$$\Delta y = b_t \Delta a + a_t \Delta b.$$

Таким чином, початкова модель розділяється на дві частини, які залежать від зміни факторів a та b (Δa та Δb). Важливим питанням декомпозиційного аналізу, особливо у випадках, коли розглядається три і більше факторів, є вибір коефіцієнтів, які визначають роль того чи іншого фактору (у нашому прикладі роль зміни фактора Δa визначає коефіцієнт b_t , а роль зміни фактора Δb визначає коефіцієнт a_t).

Існують різні підходи до вибору коефіцієнтів, які передбачають використання в якості коефіцієнтів значення певного фактора в попередньому році, базовому році, їх комбінації чи середнє значення. Зазначимо, що важливим питанням декомпозиційного аналізу є проблема неоднозначності декомпозиційних складових, для вирішення якої серед інших способів пропонується розрахунок усіх варіантів коефіцієнтів та використання їх середнього для визначення ролі того чи іншого чинника у зміні певного показника [5].

На наш погляд, окрім дослідження суто економічних чинників, метод структурного декомпозиційного аналізу може бути плідно використаний для аналізу взаємодії економічної діяльності та навколишнього природного середовища на основі даних екологічних рахунків.

Найпростіша модель рівня виробництва на основі даних таблиць витрат-випуску розглядає його залежність від змін в структурі виробництва, змін в структурі кінцевого попиту та змін рівня кінцевого попиту:

$$g = (I - A^g)^{-1} \cdot E^g \cdot f$$

де g – вектор рівня виробництва,
 $(I - A^g)^{-1}$ – обернена матриця Леонтєєва або мультиплікатор Леонтєєва,
 E^g – матриця структури кінцевого попиту,
 f – вектор рівня кінцевого попиту.

Дана модель може бути розширена шляхом включення екологічного блоку для відображення зв'язку із рівнем викидів чи використанням природних ресурсів. Найпростішим методом такого розширення є множення обох частин даної моделі на вектор коефіцієнтів інтенсивності викидів чи ресурсоемності, які розраховуються шляхом ділення вектору викидів чи споживання певного типу природних ресурсів за галузями промисловості на вектор рівня виробництва [5]. Таким чином, розширена модель у випадку викидів двоокису вуглецю матиме такий вигляд:

$$CO_2 = EI \cdot (I - A^g)^{-1} \cdot E^g \cdot f,$$

де CO_2 – вектор викидів двоокису вуглецю,
 EI – вектор вуглецевої інтенсивності галузей промисловості,
 $(I - A^g)^{-1}$ – обернена матриця Леонтєєва або мультиплікатор Леонтєєва,
 E^g – матриця структури кінцевого попиту,
 f – вектор рівня кінцевого попиту.

Така модель є основою для структурного декомпозиційного аналізу, оскільки містить різні фактори, які впливають на загальний рівень викидів: вуглецеву інтенсивність галузей промисловості або рівень викидів двоокису вуглецю на одиницю виробництва галузі, що визначається типами енергії, яка використовується та рівнем потреби в енергії для виробництва; структури проміжного споживання, яка визначається головним чином зміною технологій та відповідно проміжних продуктів, які використовуються для виробництва; а також структури та рівня кінцевого попиту.

Прикладом використання методу декомпозиційного аналізу може бути аналіз чинників змін рівня викидів двоокису вуглецю в Німеччині протягом 1993–2000 років [4]. Згідно з розрахунками, загальний обсяг викидів за даний період в Німеччині скоротився на 30,5 мільйонів тонн із 691,1 мільйонів тонн до 660,6 мільйонів тонн. Як виявилось, найбільшого значення в скороченні викидів мало скорочення енергоемності виробництва, що мало ефект скорочення викидів на 62 мільйони тонн і було досягнуто переважно завдяки покращенню енергоефективності у виробництві електроенергії та металургії. Важливими чинниками виявилися також зміни в структурі проміжного споживання та кінцевого попиту, які мали ефект скорочення викидів в 37,8 та 49,9 мільйонів тонн відповідно. Дані зміни були викликані зростанням частки імпорту в проміжному споживанні та кінцевому попиті, а також збільшенням попиту на послуги на фоні певного скорочення попиту на виробництво електроенергії та будівництва. Скорочення рівня викидів

вуглекислого газу на одиницю продукції, головним чином завдяки зменшенню споживання вугілля для виробництва хімічної продукції, мало ефект скорочення викидів на 27,3 мільйонів тонн. Таким чином, вплив трьох чинників – структурних змін в економіці, скорочення енергоємності та інтенсивності забруднення в галузях промисловості – спричинив ефект скорочення викидів на рівні 177 мільйонів тонн. Проте, зважаючи на зростання кінцевого попиту протягом 1993-2000 років, що, в свою чергу, спричинило ефект зростання викидів на 146,4 мільйонів тонн, загальне скорочення викидів, врешті-решт, склало дещо більше 30 мільйонів тонн.

Наведені економіко-математичні та статистичні дані також засвідчують наукову й практичну цінність декомпозиційного аналізу як аналітичного інструменту. На нашу думку, доцільне його використання і в українському статистичному полі, зокрема, в розрізі галузей промисловості на основі даних традиційних національних рахунків та системи еколого-економічних рахунків, що надасть можливість з'ясувати, за рахунок яких чинників було досягнуто скорочення викидів чи які чинники призвели до їх зростання, а також в яких із галузей економіки дані чинники мали найбільший вплив. Наголосимо, що одержана інформація може бути цінним індикатором ефективності реалізації галузевих та національних заходів зі скорочення викидів забруднюючих речовин, зниження енергоємності та ресурсоємності, становлячи статистично достовірне підґрунтя для вчасного коригування екологічної та економічної політики держави. Звертаємо особливу увагу фахівців і на тому, що метод декомпозиційного аналізу здатний виявити дієвість заходів зі скорочення енергоємності чи вуглецевої інтенсивності галузей економіки навіть на фоні загального зростання викидів, і навпаки – продемонструвати відсутність належних результатів на фоні скорочення кінцевого попиту чи структурних змін в проміжному споживанні, які призвели до скорочення загального рівня викидів забруднюючих речовин.

Підсумовуючи, необхідно відзначити, що розвиток системи еколого-економічних рахунків не лише розширить вітчизняну інформаційну базу щодо стану довкілля та наслідків взаємодії економічної діяльності з навколишнім природним середовищем, а й сприятиме поглибленню аналітичних досліджень в сфері екологічної економіки, зокрема формуванню аналітичних моделей, які охоплюватимуть економічну та екологічну підсистеми. Такі дослідження, як показує накопичений зарубіжний досвід, стимулюватимуть розвиток прогресивних стратегій економічного розвитку, що передбачають збалансований підхід до економічного зростання, споживання природного капіталу та енергетичних ресурсів.

Література

1. Шлапак М.Ю. Нагальність імплементації системи еколого-економічних рахунків у національному рахівництві України / М.Ю. Шлапак // Економіка природокористування і охорони довкілля : зб. наук. праць. – К. : РВПС України НАН України, 2009. – С. 236–240.
2. Шлапак М.Ю. Національне екологічне рахівництво країн Європейського Союзу: корисний досвід для України / М.Ю. Шлапак // Статистика України. – 2010. – № 3. – С. 67–71.
3. Про державну статистику : закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2614-12>.
4. Seibel S. Decomposition analysis of carbon dioxide emission changes in Germany – conceptual framework and empirical results [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Content/Publikationen/Fachveroeffentlichungen/Umweltoekonomisch eGesamtrechnungen/Decomposition.property=file.pdf>
5. Rormose P. Structural Decomposition Analysis of Air Emissions in Denmark 1980-2002 / P. Rormose, Olsen T. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download;jsessionid...?doi=10.1.1.163.1227>

Надійшла 12.04.2011

УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМИ ПРОЦЕСАМИ У ПЕРІОД КРИЗИ

УДК 332.1

М. В. МАКАРЕНКО

Азовський морський інститут

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ЩОДО УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ РЕГІОНІВ

В статті обґрунтовано доцільність застосування сучасних методів управління та запропоновані новітні підходи та моделі соціально-економічного розвитку регіонів.

In article necessity of application of modern management methods is proved and new approaches and models of social and economic development of regions are offered.

Ключові слова: проблеми регіонів, соціально-економічні процеси, регіональне управління, методи.

Динамічний та збалансований розвиток регіонів постає однією з найважливіших проблем подальшого впровадження ринкових відносин та суспільних перетворень в Україні. Розвиток регіонів на сучасному етапі є одним із пріоритетних напрямків державної регіональної політики, мета якої полягає у створенні відповідних умов для динамічного, збалансованого соціально-економічного розвитку України та її регіонів, підвищення рівня життя населення, забезпечення додержання гарантованого державою соціального захисту для кожного її громадянина незалежно від місця проживання. Одним із завдань державної регіональної політики є поглиблення процесів ринкової трансформації на основі підвищення використання потенціалу регіонів, підвищення дієвості управлінських рішень, удосконалення та узгодженості роботи органів державної влади та органів місцевого самоврядування щодо питань формування і використання коштів місцевих бюджетів.

Досягнення поставленої мети і виконання завдань потребує глибокого вивчення, аналізу та дослідження природного, економічного і трудового потенціалу кожного регіону. Проблеми соціально-економічного розвитку проблемних регіонів та формування фінансових ресурсів органів місцевого самоврядування, дослідження ефективності формульного розрахунку для визначення обсягів видатків і трансферт місцевих бюджетів потребують постійної уваги вчених. Ці проблеми досліджуються науковими установами держави та провідними вченими: М. І. Долішнім, В. І. Павловим, Л. Л. Тарангул, І. О. Горленко, О. П. Кириленко, В. С. Кравченком, І. О. Луїною, Д. М. Стеченком. Але складність соціально-економічного розвитку, специфіка регіонального управління потребують подальшого дослідження.

Необхідність дослідження соціально-економічного розвитку регіону (області, міста, району) аргументується такими чинниками: низка взаємопов'язаних проблем регіонального соціально-економічного розвитку, які виникають між продуктивними силами і застарілими формами організації економічного життя, виробництвом і споживанням, виробництвом і економічною ситуацією, територіями і підприємствами; процеси децентралізації призводять до посилення, поряд із вертикальними зв'язками, горизонтальних залежностей, а передача реальної економічної влади відповідним місцевим органам дає змогу розкрити та використати ті резерви, які є в кожному регіоні; визначення необхідності перебудови, удосконалення господарського комплексу кожного регіону за умов соціальної та економічної спрямованості розвитку економіки регіону; зростання потреб у детальній інформації про технічні, економічні, соціальні, екологічні можливості відповідних територій.

Після проголошення незалежності України потреба в регіональних дослідженнях зростає. Регіональна інтеграція виробництва і праці стала визначальним напрямом розвитку сучасного господарства. Метою аналізу соціально-економічного розвитку регіону є виявлення диспропорцій і невикористаних можливостей економічного росту для обґрунтування варіанту стратегії соціально-економічного розвитку регіону.

Територіальні диспропорції соціально-економічного розвитку регіонів існують майже у всіх країнах, незалежно від розмірів, економічного потенціалу, державного устрою і політичної системи. Вони мають прояв на всіх рівнях світового господарства. У зв'язку з цим пошук шляхів мінімізації негативних наслідків територіальних нерівномірностей розвитку, розробка ефективної регіональної політики посідають одне з центральних місць у країнах світу, особливо в країнах із високорозвинутою економікою.

Водночас існує різниця у підходах та напрямках як формування регіональної політики, так і стратегії у розвинутих країнах та країнах, що розвиваються. Основні напрямки регіональної політики розвинутих країн здебільшого спрямовані на розв'язання питань, що стосуються проблемних регіонів: депресивних старопромислових, малорозвинутих (аграрно-індустріальних з екстремальними природними умовами), з надмірною концентрацією населення і господарства в межах величезних агломерацій тощо.

Сутність поняття «проблемний регіон» полягає в тому, що відповідна територія самостійно не може вирішити свої соціально-економічні проблеми або реалізувати свій високий потенціал і потребує активної підтримки зі сторони держави.

Розглянемо основними якісні показники проблемних регіонів. Особлива кризова ситуація, яка визначає основну проблему держави і створює загрозу соціально-економічному розвитку країни, політичній стабільності, екологічній рівновазі. Наявність ресурсного потенціалу (виробничого, науково-технічного, трудового, природного) особливо важлива для національної економіки. Недостатність власних фінансових ресурсів для вирішення проблем загальнодержавного або міжнародного значення. До групи відсталих, або слаборозвинених, відносяться регіони, які традиційно мають низький рівень життя порівняно з більшістю регіонів країни. Депресивні регіони – це такі просторово-локальні утворення, у яких через економічні, політичні, соціальні, екологічні та інші причини перестають діяти стимули саморозвитку, а отже, немає підстав розраховувати на самостійний вихід із кризової ситуації.

Перспективи виходу регіонів із депресії залежать від зміни макроекономічної ситуації і соціально-економічної політики, яку впроваджують на національному і регіональному рівнях. Більшість проблем повинна вирішуватися на рівні регіону і підприємства шляхом диверсифікації, конверсії, модернізації, реорганізації, реструктуризації, стимулювання розвитку малого бізнесу, поліпшення місцевого клімату, пошуку нових ринків збуту.

Прикордонні регіони відіграють важливу роль у забезпеченні безпеки і міжнародного співробітництва. Прикордонні регіони мають потенціал для активного залучення до інтеграційних процесів, які охоплюють на сьогоднішній день увесь континент. Проблемність або перспективність прикордонних регіонів визначається в основному характером сусідства: якщо немає можливостей для масштабного співробітництва, то ці райони стають периферійними і, відповідно, відстають від інших територій в економічному розвитку. Прикордонні території мають специфічні фундаментальні риси в інтеграційному процесі – бар'єрність та контактність, завдяки яким вони (разом із функцією переходу від одного народногосподарського комплексу до іншого) забезпечують їх взаємну адаптацію. Проблема зближення регіонів не є суто економічною. Кожна область може робити вагомий внесок в економіку країни за рахунок сукупного продукту і національного доходу, що виробляється на її території та забезпечувати необхідний рівень життя населення в цьому регіоні.

Вищою формою прикордонного співробітництва у країнах ЄС стали єврорегіони. Єврорегіони – це міждержавні транскордонні регіональні асоціації, які охоплюють прикордонні області і розвиваються за погодженими планами та проектами. Співробітництво тут відбувається у вигляді розробки спільних комплексних програм економічної, культурної та гуманітарної взаємодії, конкретних транскордонних економічних проектів, розв'язання проблем зайнятості, інфраструктури, екології. В Україні існує можливість створення та ефективного функціонування ще однієї форми регіонального співробітництва – вільних економічних зон на прикордонних територіях.

Тенденції світогосподарського розвитку тією чи іншою мірою відбиваються на специфіці господарювання прикордонних територій, а саме:

- такі регіони забезпечують транскордонний рух товарів в умовах лібералізації світової торгівлі;
- прикордонні регіони виконують контактні і бар'єрні функції під натиском динамічно зростаючого транскордонного руху населення у формах міжнародної міграції трудових ресурсів, туризму, ділових та освітніх поїздок, які є проявом глобалізації світогосподарських відносин;
- утворення регіональних інтеграційних угруповань загострило проблему відсталості, а іноді депресивного стану прикордонних територій як відбитка минулих етапів господарювання;
- загальносвітовою тенденцією є правове насичення повноважень місцевих органів влади, зокрема в галузі співробітництва з органами влади відповідних територій зарубіжних країн, що безпосередньо проявляються саме у прикордонних регіонах. Бар'єром, що стримує прикордонні зв'язки, є те, що досі в Державному бюджеті України не передбачаються витрати на розвиток транскордонної взаємодії, внаслідок чого істотно знижуються шанси для залучення технічної та фінансової допомоги.

До кожного з пунктів блоку економічного і соціального розвитку регіону повинні формуватися цілі і стратегії розвитку. Довгострокова стратегія розвитку регіону повинна мати таку структуру: вступ, який містить коротку історичну довідку про регіон; характеристику досягнутого рівня економічного і соціального розвитку; темпи розвитку за галузями промислового виробництва і соціальної інфраструктури; показники демографічної ситуації; основні напрямки спеціалізації; основні цілі.

Регіональна політика – важлива складова частина економічної політики держави. Вона охоплює комплекс різноманітних законодавчих, адміністративних, економічних заходів, які проводяться як центральними, так і місцевими органами влади і спрямовані на регулювання процесів розміщення продуктивних сил.

Державна регіональна політика спрямована на забезпечення сталого розвитку регіонів на основі зміщення акценту від централізованого управління до комплексної підтримки і стимулювання регіонів у розбудові їх власного потенціалу з використанням інструментів державної політики та активних регіональних і місцевих ініціатив

Регіональна політика вимагає державного втручання у розвиток регіонів із метою згладжування соціально-економічних диспропорцій між ними.

У науковій літературі існують різні підходи до класифікації інструментів регіональної економічної

політики. У вітчизняній літературі часто застосовується класифікація Х. Армстронга і Д. Тойлера, відповідно до якої в регіональній політиці виділяється макро- і мікрополітика. Остання у свою чергу поділяється на політику впливу на працю і політику впливу на капітал. Але така класифікація не охоплює всіх механізмів регіональної політики. Так наприклад, Хвесик М.А. та Горбач Л.М. [3] запропонували наступні інструменти регіональної політики стимулювання розвитку проблемних регіонів: фінансування еміграції населення, розміщення державних підприємств (програми розвитку регіонів), надання допомоги окремим підприємствам (пільги, субсидії, створення вільних економічних зон), «оздоровлення» території (стимулювання прикордонного співробітництва). До згаданих механізмів слід також додати технологію управління, засновану на маркетингу території.

Отже, у процесі управління територією усе більше широке застосування повинні знаходити сучасні управлінські технології, однією з яких і є маркетинг територій. Важлива особливість маркетингу територій складається в тому, що, на відміну від класичного комерційного маркетингу, маркетинг територій, з його соціальною спрямованістю, повинен базуватися на концепції інтересів громадян даної території. Маркетинг територій у сучасних умовах є винятково важливою складовою соціально-економічного розвитку країн, регіонів, міст. Для ефективного планування маркетингових стратегій, в умовах зростаючої в усьому світі конкуренції між регіонами, територіям необхідно постійно нарощувати конкурентні переваги. Це дозволить розробляти найбільш ефективні маркетингові кампанії й підготувати превентивні заходи у відповідь на дії конкурентів.

Найважливіші напрямки міжрегіональної конкуренції можна умовно підрозділити на три групи: розміщення й збереження підприємств, залучення нових інвестицій; збереження й зміцнення потенціалу людських ресурсів; розвиток туризму й проведення великих соціально-комерційних заходів [2].

Для успішного просування території важливо знати, які фактори сприяють підвищенню її конкурентоспроможності. Для цього потрібне проведення спеціального дослідження або діагностики з метою вибору й оцінки таких факторів конкурентоспроможності, що показують наявність у території певних властивостей, затребуваних або особливо важливих для споживача при рішенні питання про розміщення виробництва, переміщенні вантажу або відвідуванні даного місця. На початковому етапі аналізу території варто використовувати маркетингову «метрику», що відображає стандартизовану вибірку основних показників маркетингових аспектів життєдіяльності території. При проведенні діагностики крім традиційних інструментів маркетингу, таких як SWOT-Аналіз, PEST – аналіз, портфельний аналіз і ін., виправдане використання моделювання. При цьому досліджувана територія описується системою факторів різної природи, взаємозв'язків між ними й початковими тенденціями зміни. У процесі моделювання можливе відстеження так званих «цілових факторів», що є свого роду індикаторами соціально-економічного розвитку, наприклад, «інвестиційна привабливість», «соціальна напруженість» або «якість життя населення».

При цьому найбільший інтерес представляють сценарій саморозвитку, і сценарії керованого розвитку – розвитку при певних діях політичного, правового й економічного характеру, зокрема, при стимулюванні розвитку певних галузей економіки розглянутого територіального утворення. Отже, одним з результатів застосувань когнітивного моделювання може стати список секторів ринку на розглянутій території, розвиток яких приведе до досягнення найбільшого соціально-економічного ефекту. Для українських регіонів міжнародні й зовнішньоекономічні зв'язки стали важливою умовою динамічного соціально-економічного розвитку, що дозволяє здійснювати взаємовигідне співробітництво, вільний обмін товарами, послугами, науково-технічними досягненнями, робочою силою, капіталами між регіональними внутрішніми й міжнародними зовнішніми ринками в рамках відкритої економіки.

Щодо класифікації видів регіональної політики, відповідно до суб'єкта управління розрізняють регіональну політику на рівні держави і на рівні регіону [1].

Залежно від напрямку формування регіональної політики розрізняють такі її види:

– «згори – вниз», де стратегія регіонального розвитку формується на рівні держави централізовано й «опускається» на регіональний рівень «згори – вниз» для реалізації. Самостійність регіонів різко обмежена. Така модель регіональної політики характерна для командно-адміністративної моделі управління економікою;

– «знизу – вгору», що передбачає становлення регіональної політики на місцях та донесення її на державний рівень. Характеризується повною самостійністю (автономністю) розвитку і характерна для країн із розвинутою ринковою економікою. Держава тут виконує функції контролю за її реалізацією і взаємоузгодження;

– комбіновану, яка базується на самореалізації суспільства знизу при формуванні стратегічних планів згори, тобто регіональна політика формується і реалізується на регіональному рівні відповідно до сформульованих державою цільових орієнтирів розвитку.

Відповідно до об'єкта управління регіональна політика поділяється на галузеву і територіальну. Галузева політика передбачає розвиток галузі, а потім території. За регіональної політики територіального спрямування регулюванню підлягає загальна структура областей і економічних регіонів, тобто сукупність галузей економічного виробництва, що зосереджені в регіоні.

Відповідно до моделі територіального управління розрізняють такі види моделей [3]:

1. Модель обмеженої децентралізації, за якою процеси децентралізації стосуються перерозподілу функцій між державою й органами місцевого самоврядування. За умови реформування управління на регіональному рівні акцент робиться на звичайну деконцентрацію державного управління і підвищення статусу обласних державних адміністрацій: функції територіального управління регламентуються центром, і як наслідок, виникає суб'єктивний перерозподіл бюджетних ресурсів, адміністративний вплив на окремі регіони та жорстке регламентування їх діяльності.

2. Модель регіональної автономії, за якою передбачається значне піднесення проміжних регіональних утворень (областей високого ступеня самостійності). Тут регіональні адміністративні одиниці отримують адміністративну автономію і статус юридичних адміністративних утворень, що діють із державою на однакових умовах. На обласному та районному рівнях діють державні виконавчі органи загальної компетенції – місцеві державні адміністрації, які безпосередньо підпорядковані уряду. Регіональні представницькі органи та їх виконавчі структури мають у своєму арсеналі повний набір управлінських функцій. Здебільшого повноваження цих органів влади адміністративного характеру (а не конституційного та законодавчого). Регіональні бюджети автономно відокремлені від державного бюджету. Регіональні та місцеві представницькі органи мають вищу ступінь легітимності, тобто формуються на виборних засадах.

3. Модель адміністративного нагляду, яка була запропонована в США для організації нагляду за діяльністю місцевих колективів із боку регіональних органів управління. Відзначимо, що значна увага приділялася контролю за виконанням місцевими органами влади функцій у сфері охорони здоров'я, фінансування, соціального забезпечення, управління трудовими ресурсами, будівництва і експлуатації швидкісних магістралей державного і регіонального значення тощо.

Регіональна економічна політика включає бюджетну і податкову політику, планування і прогнозування в регіоні, створення і реалізацію цільових програм, використання природних ресурсів і розпорядження власністю регіону, розміщення продуктивних сил, управління структурою виробництва, політику розвитку регіональних комплексів, контроль-аналітичну діяльність, інформаційне забезпечення.

Метою регіональної економічної політики є забезпечення самодостатності областей через узгодження загальнодержавних інтересів та економічних пріоритетів з регіональним і місцевим; раціональне розміщення продуктивних сил, реалізацію переваг територіального поділу праці; створення нової системи управління комунальним сектором економіки; стимулювання надходження фінансових ресурсів, приватних інвестицій у найдинамічніші райони, здатні прискорювати зростання економіки регіону та сприяти реструктуризації власної економіки; активізацію розвитку депресивних регіонів; сприяння формуванню оптимальної структури господарського комплексу, здатного забезпечити найефективніший регіональний розвиток.

Крім цього важливою складовою регіональної політики є екологічна. Екополітика повинна бути інтегрована з економічною та соціальною політикою, що дасть спрямованість на екологізацію всіх економічних інструментів. У сучасних умовах, коли досягнуто критичного рівня забруднення навколишнього середовища, ефективна діяльність усіх ланок господарювання передбачає проведення активної екологічної політики. Це означає, що техніко-економічний розвиток галузей повинен формуватися відповідно до принципів попередження і компенсації екологічної шкоди, забезпечення здоров'я населення, гармонійного розвитку природи і людини.

Динамічний і збалансований розвиток регіону, підвищення конкурентоздатності регіональної політики через максимальне використання внутрішнього економічного потенціалу, зменшення диспропорцій між регіонами, активізацію регіональних та місцевих ініціатив відбувається через цілеспрямовану державну регіональну політику.

Головна мета державної регіональної політики – створення необхідних умов для соціально-економічного розвитку України та її регіонів, забезпечення додержання гарантованих державою соціальних стандартів для всіх верств населення незалежно від їх місця проживання, підвищення рівня життя громадян, поглиблення процесів ринкової трансформації. Це сприятиме формуванню єдиних або рівних стандартів життя на довгострокову перспективу.

Література

1. Герасимчук З. В. Класифікація видів регіональної політики / З. В. Герасимчук // Науковий вісник Волинського державного університету ім. Лесі Українки. Економічні науки. – 2000. – № 5 – С. 269–280.
2. Панкрухин А. П. Маркетинг територій : [учебное пособие] / Панкрухин А. П. – СПб. : Питер, 2006. – 416 с.
3. Хвесик М. А. Стратегія соціально-економічного розвитку регіону (на прикладі Волинської області) : монографія / [М. А. Хвесик, Л. М. Горбач, Н. В. Вишньська, Ю. М. Хвесик]. – К. : Кондор, 2004. – 376 с.

Надійшла 05.04.2011

БЮДЖЕТНІ ІНВЕСТИЦІЇ ЯК СКЛАДОВА ІНВЕСТИЦІЙ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ

В статті розглянуто теоретичні засади бюджетного інвестування, визначено сутність бюджетних інвестицій, їх специфічні особливості, джерела формування інвестиційних ресурсів та напрями їх використання. Визначено роль бюджетних інвестицій в забезпеченні соціально-економічного розвитку країни в цілому та окремих її територій.

In become is revealed theoretical duck blinds budgetary инвестирования, is determined essence budgetary investment, their specific particularities, the sources of the shaping investment resource, as well as напрями of their use. Role budgetary investment is Shown in provision social-economic development of the country as a whole and separate her(its) region.

Ключові слова: бюджетні інвестиції, інвестиційні ресурси, бюджетне інвестування, інвестиційні проекти та програми, інвестиційне забезпечення, соціальний та економічний ефект.

Вступ

В умовах економічної кризи бюджетні інвестиції відіграють стабілізуючу роль в суспільстві, оскільки закладають фундамент економічному зростанню та соціальному розвитку. Дослідженню їх теоретичних та практичних аспектів присвячено чи мало праць як зарубіжних, так і вітчизняних вчених та практиків. Широкого вивчення набули питання економічної природи бюджетних інвестицій, методологічних основ їх планування та прогнозування, методологій відбору державних інвестиційних проектів, концептуальних засад управління бюджетними коштами спрямованими на інвестиційне фінансування, визначення дії державного впливу бюджетного інвестування на економічне зростання та соціальний розвиток як країни в цілому, так і окремих її адміністративно територіальних одиниць.

Однак, слід зазначити, що в сфері бюджетного інвестування існує ряд невирішених проблем пов'язаних з недостатньо ефективною дією механізму державного фінансування інвестиційної діяльності, відсутністю вагомих джерел наповнення бюджету розвитку на рівні бюджетів місцевого самоврядування, не узгодженістю обсягу бюджетних інвестицій джерелам їх фінансування, неоптимальним розподілом бюджетних видатків на поточні та інвестиційні, не врегульованістю нормативно-законодавчої бази бюджетного інвестування, відсутністю ефективного механізму оцінки виконання інвестиційних проектів та їх конкурсного відбору.

Довгий період часу кошти від приватизації державного майна, які повинні мати інвестиційний характер, використовувались на поточне споживання, а бюджетні ресурси інвестиційного спрямування розпорозувались між багатьма державними цільовими програмами, більшість з яких залишались не профінансованими із-за відсутності реальних джерел фінансового забезпечення, що безумовно зменшувало соціальний та економічний ефект бюджетного інвестування. Крім того, кошти інвестиційного характеру не завжди використовувались прозоро та ефективно, мали місце бюджетні правопорушення в інвестиційній сфері, особливо це стосується субвенцій інвестиційного характеру виділених із державного бюджету на місцевий рівень. Враховуючи вище окреслені проблеми та той факт, що інвестиційна складова бюджетів місцевого самоврядування недостатня для фінансового забезпечення інвестиційно-інноваційних програм на місцевому рівні дана наукова проблема є актуальною і потребує поглибленого дослідження.

Поняття «інвестицій» досліджувалося відомими вченими економістами, корифеями економічної науки, серед яких А. Сміт, Д. Рікардо, Дж. М. Кейнс, М. Фрідман, Е. Домар, К. Маркс та інші. Вони розглядали інвестиції як одну із важливіших умов економічного зростання, а інвестиційну проблематику – як один із наріжних каменів усіх доктрин [9].

Вагомий внесок в дослідження теоретичних основ бюджетних інвестицій внесли сучасні українські вчені: С. Буковинський, В. Зимовець, О. Кириленко, Б. Малиняк, П. Орлов, В. Комаров, Т. Затонацька та інші. Проблематика інвестиційного забезпечення соціальної сфери знайшла своє відображення в наукових працях вчених: С.В. Львовичкіна, І.І. Кичко, О.В. Величко, І.В. Матвієнко, А.В. Ставицького, К.Л. Ткаченко та багатьох інших. Визначення змісту, ролі та місця бюджетних інвестицій в соціально-економічному розвитку регіонів та окремих територіальних громад потребує попереднього обґрунтування теоретичних основ інвестицій в цілому як економічної категорії.

Основний розділ

Еволюція дослідження інвестицій як економічної категорії є досить тривалою, проте поширене використання даного терміну відбулося в умовах становлення ринкових відносин. Саме в цей період часу поняття «інвестицій» замінило поняття «капітальні вкладення», яке було досить поширеним в період планової економіки. Ми розділяємо думку про те, що поняття «інвестиції» є набагато ширшим, так як вони спрямовуються в фінансові та нематеріальні активи, а капітальні вкладення передбачають тільки відтворення основних засобів.

В зарубіжній літературі відомим є трактування, що «інвестиції – це довгострокові вкладення коштів та іншого капіталу у власній країні та за кордоном у підприємства різних галузей, підприємницькі проекти,

соціально-економічні програми, інноваційні проекти з метою одержання доходу або досягнення іншого корисного ефекту» [1, с. 12–13]. В той же час у вітчизняній економічній літературі має місце наукова думка про те, що інвестиціями є діяльність, яка передбачає вкладення різноманітних економічних ресурсів у збільшення суспільного капіталу з метою отримання в майбутньому більшої кількості економічних благ [8, с. 35; 5, с. 11].

На нашу думку, найбільш наближеним до міжнародних стандартів є трактування інвестицій українським законодавством, де інвестиції визначаються як всі види майнових інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті чого утворюється прибуток (дохід) або досягається соціальний ефект [10].

Важливою складовою інвестицій є бюджетні інвестиції, виділення яких із загальної сукупності зумовлено їх специфічними особливостями притаманними останнім та наявністю в бюджетах інвестиційної складової, через яку держава приймає участь в забезпеченні соціального розвитку та економічного зростання всієї країни та окремих її регіонів.

Особливості, притаманні бюджетним інвестиціям, зумовлені, по-перше, особливостями коштів, за рахунок яких здійснюється фінансування бюджетних інвестицій, і, по-друге, особливостями правового статусу учасників громадських відносин із надання інвестицій коштів бюджетів, які, у свою чергу, мали б зумовлювати настання особливих правових наслідків, тобто, як правило, перехід права власності [2, с.53].

Слід зазначити, що термін «бюджетні інвестиції» є досить поширеним та вживаним як в наукових джерелах, так і в бюджетній практиці. Із-за відсутності законодавчого визначення даного поняття в науковій літературі має місце різне трактування даної економічної категорії, а її дослідження набуває все більшої актуальності.

Досліджуючи теоретичні основи бюджетних інвестицій вчені О.П. Кириленко та Б.С. Малиняк у монографії «Теорія і практика бюджетних інвестицій» акцентують увагу на тому, що тлумачення терміну «інвестицій» в бюджетній сфері має певні особливості, порівняно з визначенням його змісту стосовно умов реального сектору економіки. По-перше, бюджетні видатки не використовуються для придбання цінних паперів з метою їх перепродажу для отримання спекулятивної вигоди, бюджетним інвестиціям властиві ознаки довгострокових інвестицій. По-друге, враховуючи специфіку фінансової діяльності, яка не передбачає створення стабільних залишків оборотних фондів показники обсягу бюджетних інвестицій відображають вартість виготовлення або придбання тільки основних фондів та не враховують видатки на збільшення величини оборотних активів бюджетного сектору [4, с. 23].

Розділяючи думку академіка І.Лукінова, слід зазначити, що інвестиції в науку і освіту є найвигіднішими і гарантують найшвидшу віддачу, закладаючи надійний фундамент для сьогоdnішнього і майбутнього прогресу. І кожна країна, якщо вона хоче бути конкурентоспроможною у світовому розвитку, прагне, насамперед, підтримувати свій науково-технічний і освітній потенціал на належному рівні [6, с.]. Тому відповідно розглядаючи сутність бюджетних інвестицій не слід поза увагою залишати інвестування в людський капітал.

За визначенням, яке наводить Затонацька Т.Г., бюджетними інвестиціями є видатки з державного та місцевих бюджетів, які спрямовуються на фінансування державних цільових програм економічного, науково-технічного, соціального розвитку, програм розвитку окремих регіонів, галузей економіки, фінансування інвестиційних проектів чи придбання частки акцій, чи прав участі в управлінні підприємством [3, с.86]. В українському законодавстві трактування поняття «бюджетні інвестиції» відсутнє, що є одним із недоліків правового поля в Україні.

В економічній науці вчені [4, 11] розглядають два поняття «бюджетні інвестиції» та «інвестиційна складова бюджету», доводять що дані поняття не слід ототожнювати. Що стосується інвестиційної складової бюджету, то її трактування подається як «сукупність бюджетних інвестицій» [11, с.38] та як «частина видатків бюджету, що спрямовується на інвестиційні цілі та бюджетні надходження, котрі забезпечують фінансування зазначених видатків капітального характеру» [4, с.24]. На нашу думку, визначення надане Кириленко О.П. підкреслює той факт, що інвестиційна складова бюджету має місце як в дохідній, так і в видатковій частині місцевих бюджетів.

Для більш повного дослідження економічної природи «бюджетних інвестицій» необхідно визначити критерії, які допоможуть розширити системні уявлення про дану економічну категорію. На нашу думку, дані критерії включають призначення бюджетних інвестицій, інструменти їх реалізації, джерела фінансового забезпечення, пріоритетні напрями інвестування бюджетних коштів, рівень досягнення економічного та соціального ефекту, стабілізуючий вплив на амплітуду циклічних коливань економіки та специфічні особливості, які дають можливість виділити їх зі складу інвестицій реального сектору економіки.

Доречно зазначити, що суспільне призначення бюджетних інвестицій виражається через їх функції, які проявляються у:

- формуванні та відновленні основних фондів, як економічної сфери діяльності, так і сфери надання суспільних послуг;
- перерозподілі інвестиційних ресурсів, через надання капітальних трансфертів населенню та суб'єктам господарювання;

- забезпеченні економічного зростання та стабілізації економічних процесів через державні інвестиції в пріоритетні галузі національної економіки;

- сприянні соціальному розвитку країни, регіонів та окремих територіальних громад.

Основна мета бюджетних інвестицій полягає в інвестиційному забезпеченні розвитку реального сектору економіки та соціальної сфери. Відповідно, передбачається інвестування коштів в формування такої системи надання суспільних послуг, яка б забезпечувала високий рівень соціально-економічного розвитку, підвищувала б матеріальний добробут населення, забезпечувала б розвиток матеріально-технічної бази соціальної сфери, а також активізувала б інвестиційні процеси та сприяла б економічному зростанню в країні.

Одним із методів державної підтримки реального сектору економіки є використання бюджетних коштів для здійснення заходів щодо розвитку інвестиційної та інноваційної діяльності в державі. Реалізація відповідних державних програм в реальному секторі економіки може здійснюватись через механізм здешевлення кредитів залучених як в іноземній, так і національній валюті, в тому числі іноземними фінансовими установами. Такий механізм передбачає надання державної підтримки інвестиційних проектів на умовах співфінансування. В такому випадку завдяки бюджетному інвестуванню держава фінансово підтримує реальний сектор економіки, залишаючись при цьому власником майна та майнових прав придбаних за рахунок бюджетних ресурсів. На нашу думку, враховуючи той факт, що обсяги бюджетних інвестицій є обмеженими через відсутність реальних джерел фінансування, необхідно, насамперед, визначити пріоритетні напрямки реалізації інвестиційної політики, при цьому необхідно провести інвентаризацію чинних бюджетних програм та проектів, дати оцінку їх економічного та соціального ефекту в перспективі, щоб мати реальну оцінку ефективності використання бюджетних інвестицій.

Однією із найбільших проблем в сфері бюджетного інвестування є його фінансове забезпечення. Саме через дефіцит бюджетних коштів значна частина інвестиційних проектів залишаються не профінансованими.

На нашу думку, переважна частина бюджетних інвестицій використовуються як капітальні вкладення, які спрямовуються в різні галузі економіки і забезпечують відтворення основних фондів. До них відносять:

- забезпечення простого та розширеного відтворення основних фондів державних та комунальних підприємств, які не спроможні забезпечити його самофінансування;

- компенсація втрати та пошкодження основних фондів суб'єктів підприємницької діяльності внаслідок стихійних лих, техногенних катастроф та інших форс-мажорних обставин;

- вирішення інших пріоритетних завдань, які не мають інших джерел фінансування [7].

В основі механізму виділення коштів із бюджету на капіталовкладення лежать потреби у забезпеченні темпів економічного зростання. Що стосується внесків до статутних фондів суб'єктів господарювання вони виражаються наступними напрямками [7]:

- утворення державних та комунальних підприємств, якщо ринкових стимулів недостатньо для виробництва суспільних благ;

- створення державних та комунальних підприємств, які повинні виробляти суспільно важливі товари та послуги з більшою ефективністю, ніж підприємства інших форм власності;

- розширення частки держави та органів місцевого самоврядування в статутних фондах підприємств.

Доречно зазначити, що інвестування бюджетних коштів, з однієї сторони, може супроводжуватись економічними ризиками та втратою бюджетних коштів, з іншої сторони, досягненням максимального економічного та соціального ефекту в майбутньому. На нашу думку, досягнення позитивного результату інвестування бюджетних коштів можливе за умови дотримання основних вимог та правил інвестування, до яких слід віднести:

- формування достатніх бюджетних інвестиційних ресурсів для реалізації інвестиційних програм та проектів;

- підбір найбільш пріоритетних інвестиційних програм та проектів, які в майбутньому дадуть позитивний ефект;

- відбір на конкурсній основі виконавців інвестиційних проектів з врахуванням того факту, щоб за мінімальних витрат досягти максимального ефекту;

- використання інвестиційних коштів за призначенням;

- здійснення постійного державного контролю за формуванням та використанням бюджетних інвестиційних ресурсів;

- недопущення правопорушень в процесі фінансування інвестиційних програм та проектів.

Економічна ефективність бюджетного інвестування визначаються відношенням інвестованих бюджетних коштів в реальний сектор економіки до валового внутрішнього продукту або регіонального валового продукту. Особливе значення має визначення даного показника на рівні регіонів, так як показує рівень ефективності реалізації інвестиційних проектів спрямованих на соціально-економічний розвиток окремих адміністративно-територіальних одиниць, зокрема на розвиток державної та муніципальної

інфраструктури та реалізацію інноваційних проєктів.

Позитивний соціальний ефект від здійснення бюджетного інвестування виражається через показники:

- підвищення рівня надання суспільних послуг в сфері освіти, охорони здоров'я, соціального захисту населення, культури та мистецтва, фізичної культури і спорту, житлово-комунального та дорожнього господарства;
- розвиток місцевої інфраструктури, особливо територіальних громад нижчого рівня, з метою отримання корисного суспільного ефекту в майбутньому;
- соціальна підтримка жителів міст, сіл, селищ України та забезпечення соціальних гарантій відповідно до соціальних стандартів та нормативів визначених законодавчо;
- підвищення рівня життя населення, покращення житлово-комунальних умов життя та забезпечення зайнятості населення;
- покращення житлових умов жителів адміністративно-територіальних одиниць через збільшення обсягів державного житлового будівництва та мінімізацію витрат на їх спорудження та введення в експлуатацію;
- поліпшення навколишнього природного середовища.

Для повної оцінки бюджетних інвестицій виникає потреба їх класифікації за напрямками споживання, це дасть змогу ґрунтовно дослідити специфічні особливості кожного окремого виду бюджетних інвестицій, що дозволить на цій основі визначити концептуальні засади їх формування. Це сприятиме формуванню такої структури бюджетних інвестицій, яка була б адекватною до наявних потреб і викликів сучасної соціально-економічної ситуації [4, с. 37]. Запропонована авторами [4] класифікація бюджетних інвестицій дозволяє повніше враховувати специфіку планування кожного її елементу (виду інвестицій), точніше визначити та зважувати фактори, які впливають на спрямування бюджетних ресурсів на інвестиційні цілі. Відповідно запропонованій класифікації бюджетні інвестиції поділяються:

- інвестиції в бюджетний сектор;
- інвестиції в інфраструктуру;
- інвестиції для забезпечення соціального захисту;
- інвестиції в реальний сектор економіки;
- інвестиції соціального призначення.

Планування та реалізація державних інвестицій здійснюється в процесі інвестиційного проєктування. В першу чергу, проводиться підготовка та детальне проєктування проєкту, після чого розробляється бізнес-план і на конкурсній основі здійснюється відбір об'єктів бюджетного фінансування та включення їх до списку будов, що підлягають бюджетному фінансуванню. Наступним етапом є розробка проєктно-кошторисної документації та проведення техніко-економічного обґрунтування проєкту. Фінансування капіталовкладень здійснюється згідно з титульними списками складених на весь період виконання проєкту з розбивкою по роках [12, с. 176].

Висновки

Таким чином, можна дійти висновку, що бюджетні інвестиції – вагома складова інвестицій реального сектору економіки, що виконує важливу роль в забезпеченні економічного розвитку та досягненні соціального ефекту. Бюджетним інвестиціям притаманні специфічні ознаки і властивості, що дозволяють виділити їх із загальної сукупності інвестицій реального сектору економіки.

Література

1. Вахрин П. И. Инвестиции : [учебник] / П. И. Вахрин, А. С. Нешитой. – М. : Дашков и К, 2005. – С. 12–13.
2. Затонадська Т. Г. Особливості бюджетного інвестування в Україні на сучасному етапі / Т. Г. Затонадська // Фінанси України. – 2006. – №4. – С. 53.
3. Затонадська Т. Г. Бюджетні інвестиції в реальний та людський капітал як інструмент впливу на соціально-економічний розвиток країни / Т. Г. Затонадська // Наукові праці НДФІ. – 2008. – №1 (42). – С. 86.
4. Кириленко О. П. Теорія і практика бюджетних інвестицій : [монографія] / О. П. Кириленко, Б. С. Малиняк. – Тернопіль : Економічна думка, 2007. 288с.
5. Колтинюк Б.А. Инвестиционное проектирование объектов социально-культурной сферы : [учебник] / Колтинюк Б.А. – СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2000. – 432 с.
6. Лукінов І. Економічні трансформації (наприкінці ХХ сторіччя) / Лукінов І. – К. : НАН України. Інститут економіки, 1997. – С. 298.
7. Малиняк Б. С. Бюджетні інвестиції як інструмент прискорення реформування реального сектору економіки / Б. С. Малиняк // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 8. – С. 82–90.
8. Основи інвестиційно-інноваційної діяльності : [навч. посіб. / за наук.ред. В. Г. Федоренко]. – К. : Алтера, 2004. – 413 с.
9. Паливода К. В. Капітальні інвестиції (на прикладі житлового будівництва в Україні) / Паливода

К. В. –К. : Знання, 2009. – 711 с.

10. Про інвестиційну діяльність : закон України № 1560-ХІІ від 18 вересня 1991 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1991. – № 47. – С. 646.

11. Родионова В. М. Бюджетные средства как стратегический инвестиционный ресурс / В. М. Родионова // Финансовые и кредитные проблемы инвестиционной политики : научный альманах фундаментальных и прикладных исследований. – М. : Финансы и статистика. – 2004. – С. 38–52.

12. Юрій С. І. Антологія бюджетного механізму : [монографія] / Юрій С. І., Демянишен В. Г., Буздуган Я. М. – Тернопіль : Економічна думка. 2001. – 250 с.

Надійшла 05.04.2011

УДК 336.276(477)

О. О. ПРИСЯЖНЮК

Одеський державний економічний університет

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ТА ОБСЛУГОВУВАННЯ ДЕРЖАВНОГО БОРГУ УКРАЇНИ

Розглянуто особливості формування, управління та обслуговування державного боргу та запропоновані шляхи удосконалення управління державним боргом України в період фінансово-економічної кризи.

The features of the formation, management and maintenance of national debt and the ways of improving public debt management in Ukraine during financial crisis.

Ключові слова: управління, обслуговування, державний борг, стратегія, боргова політика.

Вступ. В умовах фінансової глобалізації розвиток міжнародної фінансової системи характеризується значним зростанням обсягів зовнішньої державної заборгованості країн світу. На сьогодні необхідно констатувати, що державний борг є органічною складовою фінансових систем переважної більшості країн світу, дієвим інститутом у механізмі макроекономічного регулювання та інструментом реалізації економічної стратегії держави. Від характеру врегулювання боргової проблеми залежить бюджетна дієздатність України, стан її валютних резервів, а отже стабільність національної валюти, рівень відсоткових ставок, інвестиційний клімат, характер поведінки всіх сегментів вітчизняного фінансового ринку. Питання управління та обслуговування державного боргу є особливо важливим в контексті тих економічних труднощів, які впродовж років переживає Україна. Розв'язання проблеми обслуговування державного боргу є одним із ключових факторів економічної стабільності в країні.

Важливий внесок в дослідження проблеми державного боргу та питання щодо його управління зробили такі західні економісти та українські вчені, як О.Д.Василик, Т.П.Вахненко, Х.Джонсон, Дж.Кейнс, В.В.Корнеєв, А.Лаффер, В.М.Суторміна та інші. Водночас в Україні недостатньо дослідженні питання, що стосуються проблем управління державним боргом, особливостей його формування і розвитку в умовах переходу до ринкової економіки.

Основний розділ. Стан державного боргу залежить від щорічних операцій, пов'язаних з отриманням нових позик, з одного боку, і розмірів погашень і виплат процентів по цих позиках – з іншого. Державні позики – це кредитні відносини між державою та фізичними і юридичними особами, в результаті яких держава одержує обумовлену суму грошових коштів на визначений термін за встановлену плату, вони є розповсюдженою формою мобілізації фінансових ресурсів. Розмір державної позики включається в суму державного боргу країни. За їх допомогою мобілізуються тимчасово вільні кошти юридичних і фізичних осіб для фінансування потреб держави. Державні позики, з одного боку, спричинені дефіцитом державного бюджету, з іншого – обумовлюють подальше збільшення дефіцитності бюджету, що пов'язане з виплатою відсотків по раніше випущених позиках, необхідністю сплачувати капітальну суму боргу. Випуск позик дає змогу уряду покрити дефіцит бюджету та розширити фінансування державних потреб. Щоправда, випуск облігацій державних позик без ретельного та всебічного врахування всіх факторів та обставин може загрожувати економічній безпеці, витісненню приватних інвестицій тощо.

Для оптимізації витрат, пов'язаних з фінансування дефіциту державного бюджету, держава здійснює управління державним боргом. Під управлінням державним боргом слід розуміти комплекс заходів, що приймаються державою в особі її уповноважених органів щодо визначення місць і умов розміщення і погашення державних позик, а також забезпечення гармонізації інтересів позичальників, інвесторів і кредиторів. Обслуговування державного боргу – це комплекс заходів з погашення позик, виплати процентів по них, уточнення і зміни умов погашення випущених позик. Державний борг можна розглядати з двох позицій: з одного боку, державне запозичення сприяє економічному зростанню; з іншого – борг збільшує навантаження на державний бюджет. Тому необхідно знайти оптимальне співвідношення між інвестиціями, економічним зростанням та внутрішніми і зовнішніми запозиченнями. Умови залучення нових позик мають оцінюватися з урахуванням здатності країни обслуговувати внутрішній та зовнішній борг за раніше прийнятими зобов'язаннями. Управління державним боргом в цьому контексті може розглядатися в

широкому та вузькому розумінні. У широкому розумінні, під управлінням державним боргом мається на увазі формування одного із напрямів фінансової політики держави, пов'язаної з її діяльністю у вигляді позичальника і гаранта. Під управлінням боргом у вузькому розумінні мається на увазі сукупність дій, пов'язаних з підготовкою до випуску, розміщення боргових зобов'язань держави, надання гарантій, а також проведення операцій з обслуговування та погашення боргових зобов'язань.

У процесі управління державним боргом вирішуються такі завдання:

- пошук ефективних умов запозичення коштів з точки зору мінімізації вартості боргу;
- недопущення неефективного та нецільового використання запозичених коштів;
- забезпечення своєчасної та повної сплати суми основного боргу та нарахованих відсотків;
- визначення оптимального співвідношення між внутрішніми та зовнішніми запозиченнями за умови збереження фінансової рівноваги в країні;
- забезпечення стабільності валютного курсу та фондового ринку країни.

Найважливіші питання випуску й погашення державних позик вирішують вищі органи законодавчої і виконавчої влади. Конституція України визначає, що до повноважень Верховної Ради України належить, зокрема, затвердження Державного бюджету України та внесення змін до нього. Приміром, надходження від позик входять у доходну частину державного бюджету, тому, коли Верховна Рада України затверджує Державний бюджет України, вона враховує в загальній сумі доходів і плановані на даний рік надходження з позик. Асигнування на погашення заборгованості держави за позиками, на виплату вигравів, погашення облігацій теж передбачаються Верховною Радою України у відповідних статтях закону, які затверджують загальну суму видатків державного бюджету. Крім того, Конституція уповноважує Верховну Раду України затверджувати рішення щодо надання Україною позик і економічної допомоги іноземним державам та міжнародним організаціям, а також щодо одержання Україною від іноземних держав, банків і міжнародних фінансових організацій позик, не передбачених Держбюджетом України, а також здійснювати контроль за їх використанням. Згідно з Конституцією України, порядок утворення і погашення державного боргу, порядок випуску та обігу державних цінних паперів, їх види і типи встановлюються винятково законами України [1].

Відповідно до наказу Міністерства фінансів України № 42 від 22.01.2001р. «Про порядок ведення Міністерством фінансів України державного боргу та операцій, пов'язаних з ним» Державне казначейство України на підставі розпоряджень Департаменту державного боргу та первинних документів здійснює відображення операцій, пов'язаних з державним боргом та використанням залучених коштів у бухгалтерському обліку виконання державного бюджету.

При управлінні внутрішнім боргом головна увага звертається на потенційні можливості розміщення нових боргових зобов'язань серед інвесторів та на наявність фінансових ресурсів у державі для своєчасного і повного обслуговування боргових зобов'язань. Списання частини державного внутрішнього боргу України перед окремими суб'єктами права може бути здійснено лише шляхом прийняття Верховною Радою відповідного законодавчого акту за умови визначення джерел погашення. Законом України «Про Національний банк України» заборонено Центральному банку купувати облігації на аукціонах з їх первинного розміщення від власного імені та за рахунок власних коштів. Разом з тим, Національний банк України за погодженням з Міністерством фінансів України може здійснювати обслуговування операцій нерезидентів на первинному ринку і укладати угоди купівлі облігацій за дорученням та за рахунок коштів нерезидентів за умови, що обсяг придбання становить не менше 100 млн дол. США.

Сьогодні у структурі державного боргу істотно переважає зовнішня заборгованість. Так, за 1999–2010 рр. частка зовнішнього державного боргу у загальному обсязі державного боргу України становила не менше 70%. Аналіз відносних показників зовнішнього державного боргу України за 1996–2006 рр. показав, що деякі показники зовнішньої державної заборгованості найбільш наблизилися до критичних меж на початку 2000р. Але протягом 2005–2010 рр. вдалося покращити боргову ситуацію в країні, стабілізувати темпи зростання зовнішнього державного боргу та поліпшити рівень всіх боргових показників порівняно з 2006 р. Це було пов'язано із загальним покращенням економічної та фінансової ситуації в країні [3].

На кінець 2010 року найвагомішими складовими зовнішнього боргу України виступали заборгованість міжнародним фінансовим організаціям (35%), заборгованість за позиками, наданими закордонними органами управління (21%), заборгованість перед іноземними комерційними банками (5%), заборгованість за облігаціями зовнішньої державної позики (39%). Найбільшим кредитором України є Світовий банк: сума боргу складає 2372,6 млн дол., 262,5 млн дол. Україна заборгувала ЄБРР. У розрізі валют погашення переважна частина боргу деномінована в доларах США – 63% [2].

При управлінні зовнішнім боргом велике значення має розрахунок коефіцієнтів платоспроможності держави та її ліквідної позиції, які визначаються спеціальними рейтинговими агенціями. Міжнародна платоспроможність України характеризується кількома макроекономічними показниками, серед яких обсяг державного боргу, співвідношення між внутрішньою і зовнішньою його складовими, експортний потенціал економіки, стан платіжного балансу та забезпечення зовнішнього боргу валовими валютними резервами НБУ. Саме на підставі прогнозів економічного розвитку країни, стану її платіжного балансу, дефіциту бюджету та з урахуванням зазначених коефіцієнтів визначається стратегія управління державним боргом щодо залучення нових іноземних кредитів, виходячи з критичного його рівня.

У міжнародній практиці для оцінки стану державного боргу використовуються різноманітні показники щодо можливості країни по його обслуговуванню. Світовий банк виходить з того, що критичним рівнем державного зовнішнього боргу є понад 50% від ВВП. За вимогою Маастрихтської угоди державний борг не може перевищувати 60% ВВП країни. За оцінками спеціалістів Україна має середній рівень зовнішнього боргу [2].

Управління зовнішнім державним боргом є одним з пріоритетних завдань фінансової політики держави, важливою умовою стабільності її фінансової системи. Ефективне управління боргом на всіх його етапах дозволить уникнути кризових боргових ситуацій та перевантаження видаткової частини державного бюджету в розрізі витрат на обслуговування державного боргу, сприятиме забезпеченню стабілізації соціально-економічної ситуації та розвитку економіки України. Механізм управління зовнішнім державним боргом України включає три основних етапи: мобілізацію зовнішніх фінансових ресурсів; використання залучених коштів; погашення та обслуговування державного боргу.

Для України вкрай необхідною є розробка стратегії зовнішніх запозичень. Здійснення ефективного управління зовнішнім державним боргом України передбачає розробку концепції такої боргової стратегії, в якій державний борг розглядатиметься не з позиції боргового тягаря на національну економіку, а як інструмент в механізмі забезпечення економічного зростання країни.

Для вдосконалення механізму управління зовнішнім державним боргом України можна запропонувати наступні напрямки:

- для збереження економічної безпеки держави, при виборі боргового джерела пріоритет повинен надаватися внутрішнім запозиченням;

- встановлення твердого контролю над часткою кредитів із плаваючою процентною ставкою, а також кредитів, залучених на термін до одного року в загальному обсязі зовнішнього боргового портфеля та встановлення лімітів за даними показниками;

- пріоритетним завданням управління структурою державного боргу є зменшення частки заборгованості, яку необхідно погасити в короткостроковому періоді; для чого пропонується здійснити рефінансування державного боргу за рахунок нових запозичень на більш прийнятних відсоткових умовах, що дозволить пролонгувати частину української заборгованості, скоротивши боргове навантаження на бюджет у короткостроковій перспективі;

- використання «свопових» операцій – операції типу «борги в обмін на власність (акції) та інші».

Висновки. Виходячи з вищезазначеного, формування, погашення і обслуговування ринку державних запозичень повинне базуватися на науково обґрунтованих засадах. Структура і розмір державного боргу мають прогнозуватися на часовому інтервалі в декілька років та навіть десятиріч з тим, щоб забезпечити збалансований бюджет, стабільне економічне зростання й потужну фінансову систему.

Переорієнтація боргової політики держави на вирішення стратегічних завдань розвитку національної економіки потребує першочергового фінансування з позичкових джерел пріоритетних проектів в галузях загальнонаціонального значення, підтримки розвитку експортних і високотехнологічних виробництв. Борги, накопичені в період економічної кризи, слід погашати в період економічного піднесення, тобто зростання державного боргу не повинно мати перманентний характер.

Література

1. Конституція України [Електронний ресурс] : [прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради 28 червня 1996]. – Режим доступу : [p.http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=254%EA%2F96-%E2%F0](http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=254%EA%2F96-%E2%F0)
2. <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/COUNTRIES/ECAEXT/UKRAINEINUKRAINIANE> XTN
3. <http://www.osvita.ua/vnz/reports/law/9238/>
4. Вахненко Т. П. Особливості формування державного боргу та управління його складовими в період фінансової кризи / Т. П. Вахненко // Фінанси України. – 2009. – № 6. – С. 14–28.
5. Зражевська Н. В. Взаємозв'язок зовнішнього державного боргу та економічне зростання / Н. В. Зражевська // Наукові записки Тернопільського державного педагогічного університету ім.В. Гнатюка. Серія: економіка. – 2003. – № 15. – С. 110–115.

Надійшла 06.04.2011

ДЕЯКІ АСПЕКТИ ПЕРЕТВОРЕННЯ ЗЕМЕЛЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПРИЗНАЧЕННЯ В ТОВАР

Розглянуто деякі аспекти та доцільність перетворення земель сільськогосподарського призначення в товар в сучасних умовах. Проаналізовано основні шляхи перетворення земель сільськогосподарського призначення в товар.

Some aspects and benefits of conversion of agricultural land as object of sale under present-day conditions have been considered. There have been analyzed the main ways making rural land an object for sale.

Ключові слова: землі сільськогосподарського призначення, товар, приватна власність.

Сьогодні винятково актуальними є питання щодо перетворення земель сільськогосподарського призначення в товар. Так, значні структурні зміни у формах земельної власності не створили ефективно працюючого хазяїна. Стрімко падає родючість ґрунту. У 2010 р. індекс обсягу сільськогосподарського виробництва порівняно з 2009 р. становив 99,0%, у т.ч. в сільськогосподарських підприємствах – 99,2%, у господарствах населення – 98,9%. Індекс виробництва продукції рослинництва у 2010 р. порівняно з 2009 р. становив 95,4%, у т.ч. в сільськогосподарських підприємствах – 93,3%, у господарствах населення – 97,1%. В аграрних підприємствах (крім малих), що займалися тваринництвом, на 1 січня 2011 р. було в наявності кормів усіх видів 2,9 млн т корм. од, що на 12,4% менше, ніж на початок 2010 р., у т.ч. концентрованих – 1,2 млн т корм. од. (на 10,1% менше). У розрахунку на одну умовну голову великої худоби припадало по 6,4 ц корм. од. кормів усіх видів, у т.ч. концентрованих – по 2,7 ц корм. од. (торік – відповідно 7,7 ц та 3,1 ц корм. од.). А рентабельність сільськогосподарської продукції станом на 01.01.2010 р. склала лише 13,8%, що на 28,8% менше ніж у 1990 р. [1]. Складне положення ситуації, що склалася зараз у сільськогосподарському секторі, також підтверджується даними, наведеними на рис. 1.

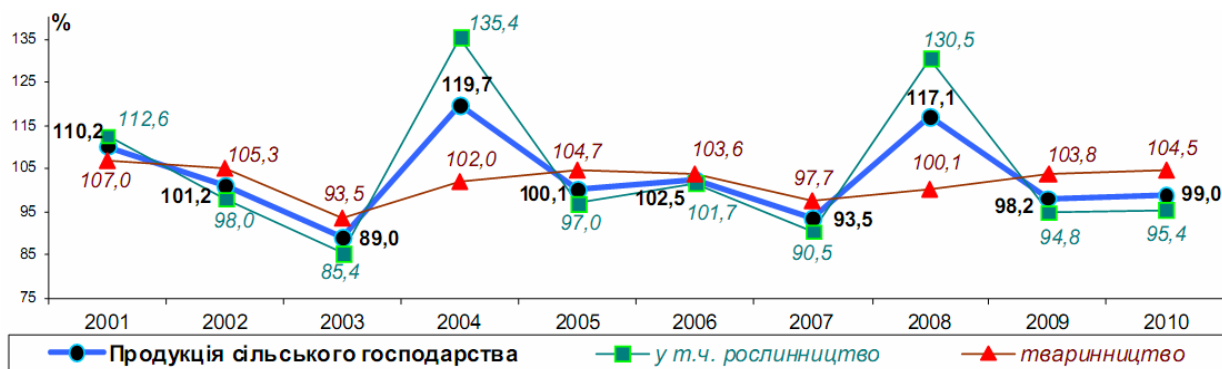


Рис. 1. Динаміка змін обсягів сільськогосподарського виробництва (в % до попереднього року) [1]

Проблеми перетворення земель сільськогосподарського призначення в товар давно привертають увагу різних вчених, політиків, фахівців, однак з багатьох теоретичних і практичних питань висловлюються суперечливі судження, немає загальної точки зору, існують різні погляди.

Метою статті є визначення основних аспектів перетворення земель сільськогосподарського призначення у товар в сучасних умовах.

Так, згідно з Земельним кодексом України землями сільськогосподарського призначення визнаються землі, надані для виробництва сільськогосподарської продукції, здійснення сільськогосподарської науково-дослідної й навчальної діяльності, розміщення відповідної виробничої інфраструктури, у тому числі інфраструктури оптових ринків сільськогосподарської продукції, або призначені для цих цілей. Так до земель сільськогосподарського призначення відносяться: сільськогосподарські угіддя (рілля, багаторічні насадження, косовиці, пасовища; несільськогосподарські угіддя (господарські шляхи й прогони, полезахисні лісосмуги й інші захисні насадження, крім тих, які віднесені до земель лісового фонду, землі під господарськими будинками й дворами й т. п.). Землі сільськогосподарського призначення передаються у власність і надаються в користування громадянам для ведення особистого селянського господарства, садівництва, сінокосіння й випасу худоби, ведення товарного сільськогосподарського виробництва; сільськогосподарським підприємствам – для ведення товарного сільськогосподарського виробництва; сільськогосподарським науково-дослідним установам і навчальним закладам, сільським професійно-технічним училищам і загальноосвітнім школам – для дослідницьких і навчальних цілей, пропаганди передового досвіду ведення сільського господарства; несільськогосподарським підприємствам, установам і організаціям, релігійним організаціям і об'єднанням

громадян – для ведення підсобного сільського господарства; оптовим ринкам сільськогосподарської продукції – для розміщення власної інфраструктури [2]. Відзначимо, що землі сільськогосподарського призначення не можуть передаватися у власність іноземним громадянам, особам без громадянства, іноземним юридичним особам і іноземним державам.

Загальновідомо, що землі, придатні для потреб сільського господарства, повинні надаватися насамперед, для сільськогосподарського використання. Визначення земель, придатних для потреб сільського господарства, виробляється на підставі даних державного земельного кадастру. Для будівництва промислових підприємств, об'єктів житлово-комунального господарства, залізних і автомобільних доріг, ліній електропередачі й зв'язку, магістральних трубопроводів, а також для інших потреб, не пов'язаних з веденням сільськогосподарського виробництва, надаються переважно несільськогосподарські угіддя або сільськогосподарські угіддя гіршої якості.

Отже, на сьогоднішній день товарна земля сільськогосподарського призначення можуть лише передаватися за заповітом, але не відчужуватися й не продаватися. На думку юристів, на цей рахунок у законодавстві є певна неясність. Так, кожний сільський житель може звернутися в місцеві органи влади із проханням приєднати свій пай до землі, що вже перебуває в приватній власності й призначеної для ведення своєї господарської діяльності. Нагадаємо, що здобуваючи земельну ділянку через договір купівлі-продажу, повне право розпоряджатися своїм знову знайденим майном (право приватної власності) особа одержує не з моменту нотаріального оформлення покупки, а з моменту одержання державного акту на землю.

Зазначимо, що у чинному законодавстві України закріплено, що переважне право на покупку земельних ділянок сільськогосподарського призначення мають громадяни України, що постійно проживають на території відповідної місцевої ради, де здійснюється продаж земельної ділянки, а також відповідні органи місцевого самоврядування. Тобто вже на сьогодні виділені дві різні групи суб'єктів – громадяни України, що постійно проживають на території відповідної ради, і такий публічний суб'єкт, як органи місцевого самоврядування.

Підкреслимо, що Верховна Рада України прийняла закон про продовження до 1 січня 2012 року мораторію на купівлю-продаж земель сільськогосподарського призначення і 19 січня 2011 переборолла вето президента на цей закон. Але 2 березня 2010 року Верховна Рада України відмовилася продовжити до 1 січня 2015 року мораторій на продаж сільськогосподарських земель.

Можна припустити, що в перші два-три роки введення дозволу на продаж земель сільськогосподарського призначення може бути продане близько 30–60 % всіх сільськогосподарських земель, переданих у приватну власність громадянам України шляхом поділу на паї земель колишніх КСП. Цілком зрозуміло, що земельні ресурси України, у тому числі призначені для вирощування сільгосппродукції, досить привабливі для багатьох інвесторів і підприємців. Тому вони будуть конкурувати між собою за право бути першими при придбанні таких земель у фізичних осіб-власників. Так, не погодимося з існуючою думкою про те, що створення умов для вільного продажу землі автоматично призведе до її ефективного використання, а не до спекуляції земельними ділянками й виведення значної частини земель із сільсько-господарчого обігу. Так, на думку українського політика О. Мороза, у випадку перетворення землі в товар, її не зможуть купити українські селяни й вона за безцінь перейде у власність іноземців, в українській власності залишиться близько 10% землі. Відзначимо, що в Ізраїлі, Голландії, Китаї не існує приватної власності на землю сільськогосподарського призначення, а є лише оренда землі.

Проблема необхідності перетворення землі в товар є дискусійною серед вчених, юристів, політиків, фахівців тощо. Так, ще древній філософ Цицерон порівнював землю з величезним театром, у який постійно приходять і йдуть нові глядачі. У той час як П. Ж. Прудон у своїй праці "Що таке власність?" також критикував право власності на землю. Відзначимо, що навіть після проведення століпінської аграрної реформи купити й продати землю в Росії можна було лише через Селянський поземельний банк. Підкреслимо, що філософ Джон Локк також був супротивником перетворення землі в товар.

Недоцільність перетворення землі в товар може бути обґрунтована також з антропологічної й теологічної точок зору. Так, наприклад, сучасні антропологічні дослідження вказують: австралійські аборигени переконані в тім, що не земля належить людині, а людина землі. Погодимося із цією точкою зору, оскільки людина у своєму антропоцентризмі схильна забувати, що вона є творінням природи й відповідає за збереження біосфери, що представляє собою загальна спадщина людства. З теологічної ж точки зору, земля належить не людині, а її Богу, що створив, і людина – лише користувач землі. Так, за польським богословом Юзефом Майком, найбільш загальним і очевидним є право на використання благ і багатств землі, які належать всім людям, і жодному не можна відмовити в цьому праві, що було б рівносильне відмові йому в праві на життя. У той час як у Конституції України також закладене протиріччя щодо того, чи може земля розглядатися як об'єкт приватної власності [3 с. 209].

У такому випадку виникає питання: чи може земля, будучи об'єктом власності українського народу, одночасно перебувати в приватній власності? Також не цілком ясно, чи перестане земля бути об'єктом права власності українського народу, якщо вона стає власністю приватної особи?

Відзначимо, що якщо іноземні громадяни або фірми й скуплять якусь частину земель, як і нерухомість, земля є таким товаром, який не можна відвезти за кордон. Її потрібно буде використати для

виробництва в нашій країні, із застосуванням нашої робочої сили. Продукцію в основному будуть намагатися реалізувати в Україні й інших країнах СНД, тому що європейський і американський ринок сільгосппродукції й так перенасичений. Адже приватизація землі й створення ринку земельних ділянок не самоціль, а засіб підвищення ефективності виробництва сільгосппродукції.

Такий підхід дозволить провести м'яку трансформацію державних радгоспів і одержавлених колгоспів у різні види приватних сільськогосподарських підприємств: акціонерно-пайові, індивідуально-фермерські, кооперативи нового типу; відкриє можливості вільного вибору форми господарювання (залишатися селянам у складі акціонерного товариства пайовиків, створеного на основі колгоспу, чи виділитися зі своїм паєм у фермерське господарство, створити з рядом інших акціонерів малий кооператив або продати свій пай іншій фізичній або юридичній особі). При цьому ефективні й прибуткові колгоспи й радгоспи з високими доходами працівників зможуть зберегти, як правило, своїх акціонерів, не допустити роздроблення технічної бази й інфраструктури, втрат фахівців-інженерів і агрономів, а отже зможуть протистояти подальшій деіндустріалізації сільського господарства й поширенню примітивних форм господарювання, заснованих на ручній праці. Завдяки можливостям технічної оснащеності, спеціалізації, поділу праці, вони зможуть конкурувати з фермерськими господарствами.

Таким чином, перед державою й суспільством на даному етапі стоїть завдання виробити загальні вимоги для формування цивілізованого ринку земель сільськогосподарського призначення й прийняти такий Закон про ринок земель, що буде регулювати найбільш важливі питання функціонування ринку земель. Серед першочергових проблем, які необхідно вирішити при впровадженні процедури купівлі-продажу земель сільськогосподарського призначення, варто виділити питання переважного права на купівлю-продаж землі. На нашу думку, без необхідної технічної бази й відповідної інфраструктури виробники сільськогосподарської продукції вони не здатні забезпечити навіть мінімальні потреби міст у продовольстві й ефективній обробці всіх сільгоспугідь. Вся техніка, що є й випускається в нас, є не тільки неефективною, але й пристосована для більших колгоспів і радгоспів; її вкрай мало. Немає й необхідної інфраструктури постачання села запчастинами, ремонту техніки, забезпечення добривами, гербіцидами, паливом і т.д.

Отже, вищенаведене вимагає серйозних змін у всій системі регулювання аграрних відносин, найбільш актуальними з яких є проблеми кредитування сільського господарства, держзакупівель сільгосппродукції, а також оподаткування.

Література

1. Офіційний веб-сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. Офіційний веб-сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2768-14>.
3. Яценко В. П. Проблема перетворення земель сільськогосподарського призначення в товар / В. П. Яценко // Матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. ["Освіта та наука в умовах глобальних викликів"]. – Сімферополь-Судак, 2010. – С. 208–210.

Надійшла 06.04.2011

УДК 331.4

О. А. ГРІШНОВА, А. О. НАЦЕВИЧ
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ОСОБЛИВОСТІ РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИН В ПРОЦЕСІ САНАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Стаття присвячена дослідженню особливостей регулювання соціально-трудомих відносин у процесі санації підприємства. Розглянуто основні завдання кадрової політики в умовах кризи, антикризові технології самоорганізації команди менеджерів, проблеми мотивації, підвищення кваліфікації працівників, подолання опору змінам. Обґрунтовано заходи щодо залучення персоналу підприємства до участі в його санації.

The article is devoted research of features of adjusting of social-labour relations in the process of sanacii of enterprise. The basic tasks of skilled policy in the conditions of crisis, antikrizovi technologies of samoorganizacii of command of managers, problem of motivation, in-plant training workers, overcoming of resistance, changes are considered. Grounded measures on bringing in of personnel of enterprise to participating in his sanacii.

Ключові слова: соціально-трудомих відносини, санація підприємства, кадрова політика в умовах кризи.

Актуальність теми дослідження. У ринковій економіці банкрутство підприємств – нормальне явище. Із кожних 100 новостворених підприємств утримуються на ринку не більш як 20–30. Водночас серед підприємств, справи про банкрутство яких перебувають на розгляді, значну частку становлять такі, що тимчасово потрапили в скрутне становище. Вартість їхніх активів набагато перевищує кредиторську

заборгованість. За умови проведення санації (оздоровлення) чи реструктуризації ці підприємства можуть розрахуватися з боргами і продовжити діяльність.

При цьому особливу увагу в процесі санації варто приділити персоналу підприємства, а саме особливостям регулювання соціально-трудова відносин. Роль людини у діяльності підприємства важко переоцінити, оскільки вона є основою як керуючої, так і керованої системи управління. Антикризові заходи є сферою діяльності відповідним чином підготовлених фахівців й передбачають обґрунтування та виконання управлінських рішень, спрямованих на подолання кризових явищ різного типу, що проявляються як в окремих підсистемах підприємства, так і на підприємстві в цілому.

У вітчизняній та зарубіжній науковій літературі проблемі регулювання соціально-трудова відносин у процесі санації підприємства не приділено достатньої уваги. Окремі аспекти даного питання висвітлені в працях В.В. Єрмакова, О. О. Терещенка, Л. О. Лігоненко, В. Н. Ключко та ін. В той же час багато важливих аспектів регулювання соціально-трудова відносин в процесі санації підприємства потребують подальшого дослідження. Тому метою цієї роботи є дослідження особливостей регулювання соціально-трудова відносин у процесі санації підприємства, розробка заходів щодо залучення персоналу підприємства до участі в його санації щодо створення на підприємстві таких умов, які б мотивували працівників до розробки, вдосконалення та реалізації санаційної програми.

Виклад основного матеріалу дослідження. Останніми роками в Україні частка фінансово неспроможних підприємств залишається дуже великою. Так, в 2007 році частка збиткових підприємств у загальній їх кількості по всій Україні становила 34,2%; в 2008 р. – 34,2%; в 2009 р. – 33,1% та в 2010 р. – 32,4% [1]. Під час фінансової кризи відбувається розбалансування діяльності підприємства, керівництво втрачає можливості впливу на фінансові відносини, що виникають на цьому підприємстві. На практиці з кризою, як правило, настає загроза неплатоспроможності та банкрутства підприємства, діяльність його в неприбутковій зоні і втрата підприємством потенціалу для успішного функціонування.

Одним із найдієвіших засобів запобігання банкрутству підприємства є його санація, що передбачає комплексну систему заходів, які спрямовуються на майбутнє відродження підприємства. У тому разі, коли підприємство має реальну можливість відновити платоспроможність, ліквідність і прибутковість, має достатньо підготовлений управлінський персонал, ринки збуту товарів, а виробництво продукції відповідає пріоритетним напрямкам економіки країни, приймається рішення про проведення санації. Отже, санація – це комплекс послідовних взаємопов'язаних заходів фінансово-економічного, виробничо-технічного, організаційного, соціального характеру, спрямованих на виведення суб'єкта господарювання з кризи і відновлення або досягнення ним прибутковості та конкурентоспроможності.

Важливо зазначити, що кризова ситуація загрожує компанії не лише фінансовими проблемами і втратою своїх позицій на ринку, але і втратою кваліфікованого персоналу, без якого здолати кризу неможливо. Утримання провідних співробітників – одне з основних завдань менеджменту на етапі кризи, і досягти цієї мети можна, якщо своєчасно інформувати персонал і реалізувати адекватну систему мотивації.

Відносно працівників підприємства в кризовій ситуації, як правило, здійснюється непопулярні і непрогресивні заходи – скорочення штату і зменшення заробітної плати з метою економії витрат на персонал. Формально керівники визнають цінність і важливість людського ресурсу і значення його вкладу в успіх діяльності організації, однак дуже часто в умовах фінансової нестабільності питанням управління персоналом в системі пріоритетів вибору антикризових механізмів не надається належного значення. Багато важливих питань, пов'язаних з людськими ресурсами (продуктивність праці; плинність кадрів; дефіцит кваліфікованого персоналу; чіткий, раціональний розподіл функцій між працівниками тощо) зумовлюють необхідність включення в санаційну стратегію програми вдосконалення системи управління персоналом [2].

Стабільність бізнесу, міцність позиції підприємства на ринку забезпечують, перш за все, люди. Кадрова політика в звичайних умовах орієнтована, як правило, на розвиток. В умовах кризи підприємства кадрова політика вимушено трансформується. Особливості її реалізації пов'язані з обмеженістю фінансових коштів, інтенсифікацією організаційних заходів, підвищеною соціально-психологічною напругою в колективі.

Основними завданнями кадрової політики в умовах кризи є такі: мінімальні втрати кадрового потенціалу та забезпечення максимально можливого соціального захисту працівників; формування команди антикризових менеджерів, здатних розробити і реалізувати програму виживання і розвитку підприємства; збереження ядра кадрового потенціалу організації, тобто менеджерів, спеціалістів і працівників, що є особливо цінними для підприємства; реструктуризація кадрового складу підприємства; зниження соціально-психологічної напруги в колективі; забезпечення соціального захисту і працевлаштування працівників, що вивільнюються [3, с. 21].

Основне завдання керівника підприємства в кризових умовах – не довести неплатоспроможне підприємство до банкрутства; забезпечити його виживання і розвиток. Співробітникам необхідно надати інформацію про те, в якій ситуації знаходиться компанія, які дії заплановані менеджментом для виходу з кризи, які цілі і завдання поставлені перед ними самими. У зв'язку з цим одним з етапів антикризової програми є роз'яснювальна робота з персоналом.

В цих умовах важливо знайти і згрупувати людей, готових співпрацювати у процесі розробки та

реалізації програми оздоровлення підприємства. Вони і складають антикризову команду керівника. Управлінська антикризова команда – це не окремий підрозділ чи неформальне утворення. Під умовною назвою «антикризова команда» слід розуміти певний склад менеджерів і спеціалістів, об'єднаних єдиною метою і спільними інтересами, пов'язаними з виживанням і розвитком підприємства [3, с.22].

Криза сама по собі виступає перевіркою лояльності співробітників до компанії й її керівників. Найбільш лояльними є ті працівники, хто розуміє цілі компанії. В умовах кризи важливо публічно заохочувати лояльність. За нестачі коштів заохоченням можуть бути грамоти, подяки, недорогі подарунки. Лояльність до компанії залежить від цілого ряду чинників і досягається не одразу. Значну роль відіграють корпоративна культура, рівень задоволеності змістом роботи, поведінка керівництва, існування згуртованих команд в колективі і т. д. Негативно позначаються на лояльності зневага з боку керівництва до роботи персоналу, непослідовність в рішеннях, невиконання обіцянок тощо.

Обізнаність працівників про справи компанії й усвідомлення своєї ролі в ній сприяють зростанню довіри до керівництва і, отже, більшій підтримці антикризових заходів. Навпаки, приховування інформації веде до появи чуток і дестабілізує роботу колективу. Співробітникам необхідно надати інформацію про те, в якому стані перебуває підприємство, які дії заплановані для виходу з кризи, які цілі й завдання поставлені перед колективом. Прозорість і зрозумілість рішень керівництва є дієвим мотиватором.

Варто зазначити, що поширений в бізнес-середовищі останнім часом міф про те, що криза мотивує сама собою, оскільки люди бояться втратити своє місце, а на ринку маса цінних співробітників, абсолютно хибний. Адже якщо в час кризи підприємства прагнуть зберегти найцінніших працівників і «скинути баласт», то звідки на ринку з'явиться більше цінних фахівців? Безумовно, працівники активізуються, з'являється більше резюме, проте кваліфікованих, лояльних, справді цінних фахівців знайти, як і раніше, дуже важко. Страх втратити роботу може мотивувати до формального дотримання правил трудової дисципліни, але аж ніяк не до творчої інноваційної діяльності. Навіть якщо ситуація критична і без скорочень не обійтись, за належної інформованості працівників і прозорості стратегії виходу з кризи де мотивації серед персоналу можна уникнути. При цьому важливо забезпечити лояльність співробітників до рішень керівництва. Також можна вдосконалити організаційну структуру компанії [5, с.384].

Активність і енергійність керівника в цей період – перший і найважливіший чинник антикризового управління персоналом. Чи стануть люди поряд зі своїми лідерами, чи проявлять лояльність і відданість бізнесу, чи збережуть вони віру в успіх залежить від того, який стиль управління буде вибраний командою управління. При цьому дуже добре «працюють» такі антикризові технології самоорганізації команди менеджерів: наявність харизматичного лідера (антикризового менеджера) на чолі енергійної команди керівників компанії. Це може бути власник, генеральний директор або директор по персоналу; демонстрація керівниками непохитної впевненості в хороших перспективах компанії (прагнення і реальні дії, спрямовані на збереження ключових напрямів бізнесу; проведення оперативних і стратегічних нарад, «інтелектуальні атаки», збір антикризових пропозицій від персоналу); скорочення «соціальної дистанції» між керівниками і колективом (виступи і прес-конференції керівників в колективі; відкрита розмова з людьми, об'єднання зусиль для вирішення проблем) [6, с.16].

Керівникам компаній слід залучати персонал до процесу вироблення антикризових заходів. Це дозволить вирішити одразу ряд проблем: співробітники відчують свою причетність і, отже, відповідальність за те, що відбувається в компанії, будуть прихильніше ставитися до прийнятих рішень, а також відчуватимуть більше впевненості в завтрашньому дні.

Створення і підтримка бойового духу команди – другий за значимістю чинник успішного антикризового управління компанією. Енергія боротьби за бізнес, оптимізм, віра і консолідація – це запорука успіху. В період кризи можна сформувати і впровадити нові елементи корпоративної культури, що відображають настрій колективу на перемогу. При вході в компанію співробітники і особливо керівники повинні підтягуватися, проявляючи енергію і прагнення до перемоги. У підрозділах компанії активність повинні виявляти агенти впливу – неформальні лідери, лояльні до керівництва. Не можна допускати страху, смутку і апатії. Не зайвим буде нагадати про «героїчне минуле», якщо компанія має свою історію. Рекомендується спиратися на вірних і відданих фахівців, що показали свою лояльність компанії в періоди попередніх криз. Важливо також не допускати повної відмови від корпоративних заходів. День народження компанії, 23 лютого, 8 березня і тому подібні традиційні свята дуже важливі для співробітників. Можна зробити їх економічними, для чого спрацюють ідеї цікавих і маловитратних корпоративних вечірок, запропоновані співробітниками. Можна оголосити конкурс на кращі ідеї свята з мінімальними фінансовими витратами.

Ще одним інструментом мотивації персоналу є «відкладені виплати». Під цим терміном розуміють заявлені, але не виплачені працівнику грошові кошти за виконану роботу. Дані виплати документально підтверджуються і будуть сплачені співробітникам у повному обсязі за першої можливості після подолання кризового стану підприємства. «Відкладені виплати» є певною гарантією підвищеного мотивування та втримання цінних працівників під час кризи. Для мотивації найбільш значимих співробітників часто потрібне введення додаткових виплат за виконання завдань в рамках антикризової програми. Втрачаючи ключових фахівців під час кризи, компанія упускає шанс гідно вийти з важкої ситуації. Адже для того, щоб

залучити нових висококваліфікованих фахівців, доведеться пропонувати заробітну плату, адекватну середньому ринковому рівню. Навіть якщо компанія знайде для цього необхідні кошти, час може бути втрачено, що недопустимо в такій нестабільній ситуації.

Важливість збереження для компанії цінних співробітників під час кризи дуже велика, а ймовірність цього дуже мала. Тому потрібно, щоб кваліфіковані фахівці розуміли, що саме на них робиться ставка в процесі подолання кризи. Вибудовування партнерських стосунків, заснованих на довірі, правдивість інформації, надання нових можливостей для кар'єрного зростання, залучення працівників до управління і до власності (в тім числі засобами відкладених виплат) - основні способи утримання персоналу. У будь-якому випадку в ситуації кризи необхідно вести переговори з ключовими професіоналами, виявляти їх потреби і розробляти необхідні заходи для того, щоб вони залишилися в компанії [8, с.33].

Дуже важливо, щоб матеріальне стимулювання було пов'язане з вимірними показниками, що характеризують виконання поставлених завдань. Так, мотивацію директора по персоналу можна пов'язати з програмами безконфліктного скорочення працівників і утримання цінних співробітників, фінансового директора – з програмою виведення фінансових показників підприємства на запланований рівень.

Для інших співробітників мотивуючим чинником слугуватиме неухильне дотримання зобов'язань з боку менеджменту щодо термінів виплати і розміру заробітної плати. Це дозволить уникнути незадоволення, саботажу і страйків. Виправдані навіть випадки, коли компанії вимушені брати банківські кредити на виплату заробітної плати. Доцільні навіть додаткові витрати, оскільки саме виконання менеджментом узятих зобов'язань дозволяє ефективно мотивувати персонал і забезпечити необхідну стабільність. Ефективне проведення програм стимулювання, з одного боку, дозволяє утримати в компанії ключових співробітників і не допустити істотного зниження продуктивності праці, а з іншого – забезпечує безконфліктне скорочення чисельності персоналу.

Важливо не забувати також і про підвищення кваліфікації працівників. Необхідність постійного підвищення компетентності працівників в компанії є запорукою ефективності бізнесу. Однак, в умовах кризи виникає питання: які форми навчання слід вибирати, щоб мінімізувати фінансові витрати. В таких випадках доцільні малобюджетні програми навчання персоналу, як-от наставництво, технологія «Стати тінню» (спостереження за роботою професіонала), майстер-класи досвідчених співробітників компанії, «розбір польотів»: підведення підсумків за тиждень – метод навчання «на чужих» успіхах і помилках, навчання, вбудоване в робочий процес (обмін досвідом і внутрішні семінари успішних співробітників), самоосвіта та ін. На жаль, під час кризи витрати на навчання персоналу вриваються в першу чергу. Але в складних, нестабільних умовах вчитися особливо важливо. Саме тому малобюджетне навчання є особливо актуальним і доцільним [9, с.34].

Антикризові навчальні програми мають бути спрямовані на підвищення ефективності роботи персоналу. Головне в умовах кризи – впевненість працівників в тому, що керівництво контролює ситуацію і турбується про збереження ефективних соціально-трудова відносин. Тому тренінги, одноденні семінари, що спрямовані на вирішення важливих питань і демонструють моделі успішної роботи, будуть дуже корисними. Витратність подібних програм мінімальна, але результативність заходів висока. По-перше, керівник може відстежувати, які проблеми хвилюють співробітників, встановлюючи оперативний зворотний зв'язок. По-друге, персонал, розуміючи прагнення керівництва швидко реагувати на ринкові зміни, починає докладати більше зусиль для реалізації поставлених завдань.

Кризова ситуація на підприємстві завжди супроводжується змінами в діяльності персоналу, а будь-які зміни зустрічають опір. Протиріччя між новою стратегією і колишніми традиціями управління викликають системний опір, від подолання якого залежить відвернення або подолання кризи. Саме тому необхідно проаналізувати і передбачити, який опір можуть зустріти плановані зміни, щоб зменшити можливий опір і зміцнити новий стан.

Найчастіше зустрічаються такі форми прихованого опору: відволікання ресурсів на виконання інших проєктів; інертність співробітників; неточність формулювання цілей; обмеження інформації; розпорощення енергії; обмеження впливу «захисників» змін, сумніви в їх надійності. Основне завдання методів управління опором – здолати опір шляхом розширення, наскільки це можливо, кола прибічників перетворень. Дж. Коттер і Л. Шлезінгер запропонували наступний перелік методів подолання опору при проведенні змін:

- освіта і консультування: досягти у всіх розуміння вигод і завдань перетворень шляхом програм підготовки, особистих консультацій, зборів і доповідей (передбачається, що недолік інформації або неправильна її інтерпретація викликає опір);
- участь і залучення: можливі противники притягуються до планування і здійснення змін, що сприятиме зменшенню їх заклопотаності наслідками перетворень, ефективному використанню їх навичок і знань (вважається найбільш ефективною і найбільш економічною тактикою впливу на поведінку персоналу);
- допомога і підтримка: деякі співробітники потребують порад, які допоможуть їм здолати страх і занепокоєння, що викликаються змінами;
- переговори і згода: мета обміну думками – досягнення взаємоприйняттого компромісу (надання

стимул-реакцій в обмін на підтримку);

- маніпулювання і співпраця: емоційне звернення до почуттів співробітників і вибіркоче поширення спотвореної інформації, що перебільшує переваги змін і що приховує їх недоліки, надання потенційним противникам привілеїв в процесі ухвалення рішень;

- відкритий і прихований примус: можна вдатися до сили і погроз, маюючи перспективи переведення, зупинки просування або звільнення чи кадрові перестановки (це найменш ефективна тактика управління опором, вона використовується в крайньому випадку, оскільки із-за незадоволеності може виникнути загроза майбутнім проектам змін) [11].

Як бачимо, найделікатніший спосіб здолати опір – «інформувати», найжорсткіший – «змушувати». Вище керівництво має безпосередньо спілкуватися зі співробітниками і повідомляти їх про те, що треба робити, чому і яким чином слід здійснювати зміни, що це дасть в результаті і чому компанія потребує активності та підтримки персоналу. При справжній переконаності співробітників в необхідності заходів, що проводяться, вони охоче беруть участь в перетвореннях.

У процесі втілення в життя санаційної програми перед власником та керівництвом підприємства може виникнути багато проблем у сфері регулювання соціально-трудових відносин. Основними з них можуть бути такі: недовіра персоналу підприємства до керівників та власників; опір працівників щодо впровадження нових систем управління; розбіжність цілей працівника та керівництва підприємства; апатія та байдужість персоналу, нерозуміння працівниками ініціативи інших щодо участі у фінансуванні санації тощо.

Частина персоналу підприємства не довіряє керівництву, оскільки усунута від процесів управління. Працівники не беруть участі в розробці плану санації, більшість навіть не знає його змісту. В той же час працівники мають високий потенціал щодо реалізації тих першочергових рішень, які містить практично кожен план санації, зокрема зниження собівартості продукції та загального рівня витрат, росту рентабельності та прибутковості. Кожен працівник підприємства на своєму робочому місці має багато можливостей і інформації, які можуть бути ним використані для зростання доходів чи скорочення тих елементів витрат, на які він впливає.

Загроза банкрутства підприємства й зумовлені цим негативні економічні та соціальні наслідки спонукають його персонал робити свій внесок у фінансування санації. Основною причиною фінансової участі персоналу в санації підприємства є надія зберегти робочі місця. При цьому фінансування санації персоналом можна здійснити в таких формах: а) відстрочка або відмова від винагороди за виробничі результати; б) надання працівниками позик. Як наслідок такої ініціативи одних працівників виникає проблема, що полягає у нерозумінні іншими такої співпраці з керівництвом підприємства та розгляд цих санаційних заходів як не добровільних. Як результат – страх, незадоволення та апатія, що негативно впливає на ефективність виробництва продукції та проведення санації підприємства. Вирішення даної проблеми полягає у роз'ясненні кожному працівнику, що його участь у фінансуванні санації не є обов'язковою. Крім того, за умови згоди працівника в цьому санаційному заході, варто переконати його, що заслужені премії не залишаться поза увагою. Всі заслуги персоналу підприємства будуть документально оформлені та справедливо винагороджені за першої можливості.

Для зростання зацікавленості працівників в успішній діяльності підприємства доцільно впровадити систему управління на основі функціонування центрів відповідальності. Зрозуміло, що даний захід не дасть миттєвих чи швидких результатів, оскільки для реорганізації системи управління потрібен певний час. Проте в середньостроковій перспективі така рекомендація є актуальною, оскільки забезпечуватиме зростання конкурентоздатності підприємства та рівня його адаптованості до ринкових умов. Система управління на основі функціонування центрів відповідальності сприятиме суттєвому підвищенню ефективності діяльності підприємства. Важливо, що така система управління створює необхідні передумови для активізації участі працівників у процесі санації.

Система управління на основі функціонування центрів відповідальності передбачає участь найманих працівників в управлінні підприємством. Центром відповідальності вважається місце, де виникають правові відносини між учасниками господарських процесів. Такі центри поділяють загалом за двома видами – за витратами та фінансовими результатами. Встановлення відповідальності на різних рівнях надасть можливість координувати, оцінювати діяльність по-іншому; для реалізації відповідальності необхідно надавати повноваження та права. Очевидно, що впровадження системи управління на основі функціонування центрів відповідальності породжує певні проблеми та ризики для підприємства. Так, для зниження опору впровадженню нововведень зі сторони працівників підприємства та менеджерів середньої ланки, необхідно доводити до персоналу суть змін, що запроваджуються, проводити навчання управлінських кадрів, організувати обговорення в трудових колективах розроблених економічних нормативів і нормативних актів, що регламентують нові внутрішньогосподарські відносини.

Ще однією важливою проблемою, яка може виникнути, є невідповідність особистих цілей співробітників та цілей організації. Такі співробітники навряд чи будуть прихильними і мотивованими на ефективне виконання своїх обов'язків, вони далеко не повністю реалізуватимуть свій потенціал, що є одним з основних джерел витрат бізнесу. Для попередження виникнення даної проблеми важливо надати

співробітникам інформацію про ситуацію, про дії заплановані менеджментом для виходу з кризи, які цілі і завдання поставлені перед ними самими. Обізнаність працівників про справи компанії і усвідомлення своєї ролі в ній сприяють зростанню довіри до керівництва і, отже, більшій підтримці антикризових заходів. Навпаки, приховування інформації веде до появи чутко і дестабілізує роботу в колективі. Прозорість і зрозумілість рішень керівництва є найкращим мотиватором, так у працівників з'явиться інтерес стосовно виходу компанії з кризи, спільні цілі стосовно здійснення процедури санації.

Наступною проблемою є апатія та байдужість персоналу. Досить часто, коли підприємство потрапляє в кризу, працівники в очікуванні свого майбутнього звільнення забувають про відповідальність, ініціативність, новаторство та наполегливість при виконанні своїх службових обов'язків. Щоб владнати таку ситуацію або її попередити її виникнення, необхідно належно поінформувати працівників про стан справ підприємства, а також залучити їх до процесу розробки та втілення в життя плану фінансового оздоровлення.

Незамінною для успіху перетворень є роль активного й енергійного керівника, який надихне персонал на втілення санаційної програми. Саме з таким лідером співробітники проявлять свою ініціативність і відданість компанії, повірять в успіх. Також доцільно нагадувати працівникам про минулі неодноразові перемоги над складними проблемами в діяльності підприємства.

Таким чином, на будь-якому підприємстві, на будь-якому етапі його життєвого циклу питання управління персоналом належить до найбільш значимих, оскільки саме від персоналу, його згуртованості, продуктивності, мотивованості, характеру реагування на управлінські впливи залежить досягнення стратегічних, тактичних та операційних цілей, які стоять перед підприємством. Особливо підвищується роль людського фактору в умовах кризи підприємства. Кожна криза супроводжується негативними явищами в соціально-трудових відносинах в організації. Антикризове управління передбачає не тільки формальну організацію роботи з персоналом, але й сукупність факторів соціально-психологічного, морального характеру, відповідний стиль управління, турботливе ставлення до людей, врахування їх індивідуальних особливостей тощо. Криза не лише створює проблеми, але і відкриває перед підприємством нові можливості: побудувати більш ефективну систему управління персоналом, відібрати найбільш кваліфікований і цінний персонал, позбутися від надлишку працівників на непродуктивних напрямках, оптимізувати витрати на персонал. Потрібно сповна використати можливості оновлення.

У процесі втілення в життя санаційної програми перед власником та керівництвом підприємства може виникнути чимало проблем у сфері регулювання соціально-трудових відносин. Шляхи вирішення цих проблем можуть бути різними: від забезпечення працівників необхідною інформацією та до їх залучення до розробки та реалізації плану санації підприємства.

Люди завжди є основною цінністю компанії, тож саме ефективне управління персоналом визначає конкурентоспроможність бізнесу. Тому збереження кращих працівників, кращих управлінських команд є запорукою подолання кризи підприємства та подальшого його розвитку.

Ефективне управління персоналом в умовах кризи залежить від успішного подолання інформаційних, психологічних бар'єрів та бар'єрів влади, що виникають на більшості підприємств у зв'язку з відсутністю практичного досвіду антикризового управління. Успішне подолання кризових ситуацій вимагає ефективних дій, а для цього необхідно чітко уявляти майбутній розвиток середовища існування організації. Усвідомлення керівниками підприємства необхідності перегляду концепцій та методів управління вимагає багато сили і часу, але іншого виходу немає, якщо мова йде про виживання організації з урахуванням швидких змін у зовнішньому середовищі. Розуміння об'єктивності кризових тенденцій необхідно покласти в основу розробки відповідних попереджувальних антикризових заходів, а для цього особливу увагу необхідно приділити особливостям регулювання соціально-трудових відносин.

Література

1. Чистий прибуток (збиток) підприємств [Електронний ресурс] / Державний комітет статистики. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/oper_new.html#chpr
2. Михайлинин О. Ю. Збереження персоналу в кризовий час: можливі варіанти [Електронний ресурс] / О. Ю. Михайлинин // Режим доступу : <http://www.hrliga.com/index.php?module=news&op=view&id=4503&print>
3. Єрмаков В. В. Менеджмент організації в умовах кризи / Єрмаков В. В. – М. : МПСІ, 2000. – 358 с.
4. Култишкіна В. О. Вихід із кризи: Що робити з персоналом? / В. О. Култишкіна // Кадрова справа. – 2008. – № 12. – С. 22–29
5. Управління персоналом / [Аксенова О. Л., Базаров Т. Ю., Єрьомін Б. Л. та ін.] ; за ред. Т. Ю. Базарова, Б. Л. Єрьоміна. – [2-е вид.]. – М. : ЮНІТІ, 2006. – 560 с.
6. Карпов А. П. Ефективне використання трудових ресурсів – основа виходу із соціально-економічної кризи / А. П. Карпов // Фінансовий менеджмент. – 2009. – №2. – С. 14–17
7. Нестеров О. А. Антикризовий арсенал керівника: огляд інструментів підтримки прийняття рішень [Електронний ресурс] / О. А. Нестеров. – Режим доступу : <http://1c.abbyu.ua/content/view/875/237/>

8. Кузьмук В. А. Особливості регулювання трудових відносин при банкрутстві підприємства / В. А. Кузьмук // Праця і закон. – 2004. – № 9. – С. 33–34
9. Сорокоумов О. В. Навчання персоналу в період кризи / О. В. Сорокоумов // Управління персоналом. – 2009. – № 27. – С. 32–37
10. Ключко В.Н. Участь працівників в управлінні підприємствами. Російський досвід і перспективи [Електронний ресурс] / В. Н. Ключко // Менеджмент в Росії і за кордоном. – 2007. – № 1. – Режим доступу : <http://www.dis.ru/library/manag/archive/2007/1/4250.html>.
11. Волкогонова О. Д. Методи подолання опору змінам [Електронний ресурс] / О. Д. Волкогонова // Елітаріум: Центр дистанційної освіти. – 2008. – Режим доступу : <http://www.elitarium.ru/2008/06/07/preodolenije>.

Надійшла 13.04.2011

УДК:331.108.26:331.101.3

Т. П. ЗБРИЦЬКА

Одеський державний економічний університет

Г. О. САВЧЕНКО

Донецький національний університет

РОЛЬ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ У МЕНЕДЖМЕНТІ ПЕРСОНАЛУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Розглянуто сучасні проблеми щодо мотивації персоналу. Незважаючи на те, що в сучасному суспільстві особлива увага приділяється матеріальному аспекту винагороди праці нематеріальна мотивація більш важлива, ніж матеріальна. Ефективне управління виробничо-господарською діяльністю підприємств значною мірою залежить від використання вміло налагодженого мотиваційного механізму. Мотивація до якісної праці є одним з головних питань менеджменту для будь-якої організації. Знання механізму мотивації дозволяє керівнику використовувати різноманітні форми визнання і оцінки праці працівників і ефективно їх застосовувати в різних ситуаціях.

Modern problems are considered in relation to motivation of personnel. Not looking on that in modern society the special attention is spared the financial aspect of reward of labour non-material motivation is major, than material. Efektivnoe a management proizvodstvenno-hozyaystvennoy activity of enterprises to a great extent depends on the use able the adjusted motivational mechanism. Motivation to high-quality labour is one of main questions of management for any organization. Knowledge of mechanism of motivation allows a leader to utilize the various forms of confession and estimation of labour of workers and effectively to apply them in different situations.

Ключові слова: стимулювання персоналу, матеріальна, нематеріальна та неоматеріалістична мотивація, кадровий маркетинг, трудова активність, нетрадиційні методи мотивації, імідж компанії та ринок праці.

Постановка проблеми у загальному вигляді. У останні десятиліття сталися крупні зміни в управлінні бізнесом. Зокрема, на перше місце по впливу на довгостроковий успіх організації виходить так званий "людський чинник". Добре навчений, правильно організований персонал визначає долю будь-якої організації. Сьогодні неможливо ефективно управляти організацією, не добившись залученості всього персоналу, яка, у свою чергу, недосяжна без мотивації.

Помилки в процесі мотивації персоналу призводять до серйозних витрат часу, фінансових, що може стати причиною зниження конкурентоспроможності, а іноді і загибелі компанії. Класична школа менеджменту вчить, що необхідними умовами забезпечення успішної роботи компанії є вдале формулювання системи цілей компанії, чітке доведення її до кожного працівника, мотивація персоналу на основі оцінки внеску кожного працівника в досягнення поставлених цілей. Тільки знаючи, що спонукає людину до діяльності, які мотиви лежать в основі її праці, можна розробити ефективну систему форм і методів управління її поведінкою. Отже, від ефективної мотивації персоналу організації безпосередньо залежить успішне її існування.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Багатогранність і складність проблем мотивації персоналу знайшли відображення у наукових працях таких вітчизняних вчених, як А. Афонін, Д. Богиня, О. Грішнова, В. Данюк, Г. Дмитренко, А. Колот, Н. Мазур, І. Петрова, М. Семикіна, А. Тибінь, Л. Червінська та ін. Вагомий внесок у дослідження і розвиток теорій мотивації належить зарубіжним вченим: В.Вруму, Б. Генкіну, Ф. Герцбергу, В. Дятлову, О. Сгоршину, А. Кибанову, Д. Мак-Клееланду, А. Маслоу, Дж. Обер-Кріє, В. Петті, С. Синку, А. Сміту, Ф. Тейлору, В. Травіну, Е. Уткіну та іншими.

Водночас значна частина теоретичних і практичних питань мотивації персоналу в умовах ринкових відносин потребує докладнішого опрацювання.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. В Україні сьогодні застосовуються лише декілька елементів з різних засобів мотивації. Не дивлячись на радикальність курсу ринкових перетворень в Україні, ігнорування проблеми мотивації праці призвело до тяжких наслідків: загострення економічної кризи, падіння рівня життя, знищення відношення до праці як до цінності, погіршення якості трудового потенціалу, масової дискваліфікації кадрів і росту напруженості на ринку праці.

Спираючись на це, робимо висновок, що необхідно створити цілісну систему мотивації персоналу, адаптовану до слов'янського менталітету та з подальшим перспективним розвитком трудового потенціалу працівників, завдяки чому підвищується результативність діяльності підприємства в цілому. Саме тому вирішення цього завдання є науковою проблемою, вирішення якої потребує вдосконалення науково-теоретичного та методичного забезпечення. Можна говорити про незавершеність обраного напрямку наукового дослідження, що потребує розроблення ще щільніших способів мотивації праці, які б підходили до застосування на вітчизняних підприємствах.

Постановка завдання. Метою статті є висвітлення необхідності мотивації працівників сучасними методами мотивації, від яких безпосередньо залежить ефективний розвиток організації. Актуальність і значимість питань, пов'язаних з мотивуванням і стимулюванням працівників до високопродуктивної праці на сучасному етапі розвитку ринкових відносин в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ринкова економіка передбачає високий ступінь децентралізації управління, є гарантом становлення і розвитку самоврядування на різних рівнях соціальної організації. При цьому самоврядування – це реальний засіб залучення в управлінську діяльність не тільки великої кількості працівників, але і працівників всіх рівнів управління [1, с.134].

На сьогоднішній день належним чином ще не розроблено теоретичні і методологічні основи мотивації праці в економічній літературі. По-перше, розглянуто лише окремі аспекти цієї проблеми, наприклад, заробітна плата, стимулювання праці тощо. По-друге, недостатньо відображено такі важливі аспекти, як взаємозв'язок ринкових відносин і мотивації праці, матеріальна мотивація, формування мотиваційного механізму ефективної трудової діяльності тощо. По-третє, не узгоджено мотивацію трудової діяльності з господарською практикою, галузями і видами економічної (зокрема промислової) діяльності, формами власності, категоріями працюючих. По-четверте, не визначено специфіку мотивації праці на мікро-, мезо- і макрорівнях, тобто на різних рівнях управління і господарювання. По-п'яте, не акцентовано увагу на демографічних аспектах і чинниках мотивації праці, що не дало змогу розглянути мотивацію трудової діяльності через призму статі, віку, освіти, трудового стажу, регіональних особливостей, міграції економічно активного населення і т. п. По-шосте, не надано значення гендерним аспектам мотивації праці, хоча практично в усіх без винятку країнах світу в усі часи мала місце гендерна нерівність на ринку праці й у суспільстві, що призводило до негативних наслідків. По-сьоме, переважна більшість зазначених вище авторів не досліджувала ефективність мотивації праці, не розрізняла економічну і соціальну ефективність.

З розвитком технологічних способів виробництва економічна наука вивчає людину не тільки як ресурс, але і як особистість, орієнтуючись на соціальну, компетентну, моральну модель людини-працівника. Сприяє зростанню продуктивності праці і, таким чином, впливає на зростання її доходів. Якнайкращому формуванню, збереженню і підвищенню ефективності використання людського капіталу сприяють сучасні персонал-технології, таких як кадровий маркетинг. При цьому особливої актуальності для управління мотивацією персоналу набуває вирішення проблем координації, узгодження потреб, мотивів та цілей працівників і підприємства в цілому.

Ефективне спонукання менеджерами підлеглих до високоєфективної діяльності забезпечується розумінням сутності процесу мотивації.

У науці та практиці *personal marketing* сьогодні розглядається як вид управлінської діяльності, спрямованої на визначення і покриття потреб у персоналі, що включає розробку професійних вимог до персоналу, визначення кількісної та якісної потреби у персоналі, розрахунок витрат на придбання та подальше використання персоналу, вибір джерел та шляхів покриття потреб у персоналі формування іміджу компанії на ринку праці та внутрішній PR [5].

Кадровий маркетинг можна визначити як похідну від функції управління людським капіталом організації. Сучасний кадровий маркетинг виділився в окрему персонал-технологію, узагальнивши у собі найкращі надбання економіки праці, менеджменту персоналу та, власне, маркетингу.

Особливістю взаємозв'язку кадрового маркетингу й економіки праці є необхідність врахування ситуації на внутрішньофірмовому ринку праці. Відповідно до тенденцій на ньому формується структура робочих місць, представлених певним співвідношенням виду, складності, творчості, важкості, значущості. Робочі місця висувають певні вимоги до знань, навичок, умінь, здібностей людей. Відповідно до цих вимог формується структура робочої сили, що зумовлює диференціацію працівників залежно від рівня отримуваної заробітної плати, а отже, й рівня їх добробуту, освітнього та культурно-технічного рівнів. Крім того, застосування диференційованих форм найму поділяє працюючих на дві категорії: зайнятих на постійній основі (первинний ринок праці) та зайнятих за короткотерміновими договорами (вторинний ринок праці).

Мотивація трудової діяльності не може бути дієвою без задоволення матеріальних потреб, орієнтації на матеріальний інтерес працівників. Підвищення значення трудових і статусних мотивів не означає абсолютного зниження ролі матеріальних мотивів та стимулів. Вони, як і раніше, залишаються важливим каталізатором, здатним істотно підвищити трудову активність та сприяти досягненню особистих цілей і цілей організації.

Проблема підвищення матеріальної мотивації трудової діяльності є однією з «одвічних» проблем,

що їх мають розв'язувати економічна наука та господарська практика. Особливо актуальною є проблема матеріальної мотивації для країн з перехідною економікою, до яких належить і Україна. Це зумовлено принаймні двома причинами: 1) низьким рівнем доходів, деформаціями в їхній структурі та диференціації; 2) необхідністю становлення нових за змістом форм і методів матеріального стимулювання зайнятих в економіці [3, с.50].

На початку 2010 року було проведено опитування 130 компаній українського ринку. На питання «Яку теорію мотивації персоналу ви застосовуєте?» дослідники отримали наступні результати: в 93% випадків свідомо не використовують жодних теорій, «все інтуїтивно та ситуативно»; в 5% випадків засновуються на теорії Маслоу і лише 2% застосовують теорії Герчикова чи Герцберга [2, с. 20]. Сьогоднішній стан речей в українській економіці красномовно свідчить про недостатнє матеріальне підкріплення праці працівників. Хоча, в сучасних умовах недолік матеріальних засобів перетворює виробничу діяльність найчастіше лише в економічну необхідність. Досить згадати, що такий стан в сфері мотивації давно пішов в минуле для західно-європейської економіки. Для порівняння можна вказати, що в 2005 році питома вага витрат на заробітну плату складала 33%, тоді як 2010 році - лише 19% і продовжує неухильно падати [2, с.17-20].

В інших країнах способи і фактори мотивації вивчають вже роками. Закордонний досвід є досить вагомим щодо вивчення мотивації. Кожна країна використовує свої теорії та концепції для досягнення найкращого результату на підприємстві.

Рівень виробничих результатів працівників не можна розглядати як просту похідну їхніх знань, здібностей, досвіду і кваліфікації. Безпосередній вплив на продуктивність праці роблять також такі фактори, як рівень працездатності, особливості особистості й ділові якості працівника. Але саме мотивація визначає, в якій мірі людина реалізує свій професійний потенціал в роботі. Майже кожному людині можливо змусити працювати, але неможливо змусити любити свою роботу. Таке можливо лише тоді, коли людина сама того захоче. Не дивлячись на те, що ця ідея не викликає сумнівів у керівників, більшість з них все ж не сильно затрудняє себе пошуком дієвих важелів впливу на мотивацію підлеглих, віддаючи всі сили вирішенню виробничих, фінансових і організаційних проблем. Частіше керівники не бачать інших можливостей, порівнюваних по ефективності з засобами матеріального стимулювання.

Вірно, хто ж буде працювати без грошей? Гроші покликані стимулювати людей до напруженої праці. Зарплата також повинна вирішувати ще два важливих завдання: залучення і утримання хороших працівників. Крім того, за допомогою грошей компанія демонструє працівнику, що вона цінить його працю і професійні досягнення.

Звичайно ж, гроші в забезпеченні мотивації дуже важливі, але спроба звести до них всю трудову мотивацію буде дуже спрощеним розумінням сил, що визначають відношення людей до праці, і тих можливостей, які має в своєму розпорядженні керівник, що бажає надихнути своїх підлеглих на хорошу роботу. Не тільки гроші визначають відношення людей до праці й їх відношення до організації [4, с. 359].

Для працівників, перш за все працюючої молоді, характерні інші ціннісні орієнтації, спонукальних мотивів до трудової діяльності. При цьому на перший план висувуються самореалізація і саморозвиток.

З'явилося поняття неоматеріалістичної мотивації. В Україні це явище доки ще знаходиться в початковій стадії розвитку та лише у деяких окремих групах суспільства (молодь, підприємці). Неоматеріалістична орієнтація не заперечує тяжіння до матеріального успіху, але розглядає його лише як передумову для самовираження і реалізації вищих інтересів і потреб, безпосередньо не пов'язаних зі споживанням. Отримання матеріальних благ розглядається лише як засіб здобуття свободи для самореалізації особистісного потенціалу. Трудова діяльність за умов забезпечення певного рівня матеріального достатку має дати можливість для реалізації отриманих знань, розвитку власних здібностей, надати моральне задоволення від власної трудової діяльності. Відповідно формулюються нові вимоги до змісту праці, її умов, психологічного клімату в колективі тощо [3, с.63].

На даному етапі в зарубіжних країнах почали розробляти та запроваджувати нові матеріальні методи мотивації, це пов'язано з необхідністю підвищити продуктивність праці за рахунок матеріальної зацікавленості працівника у його результатах – поєднати матеріальні інтереси працівника й компанії. Серед них виділяють: індивідуалізацію заробітної плати, участь працівників у прибутках, групове стимулювання, право працівників на придбання акцій на пільгових засадах та інші. Ці методи є нетрадиційними й для нашої країни. Їх поява пов'язана з глобалізацією української економіки.

До нетрадиційних методів стимулювання на пострадянському просторі також можна віднести «прив'язку до ключових показників ефективності» або *key performance indicators (KPIs)*. KPI – це система показників, за допомогою яких оцінюється робота працівників компанії. Мета цієї системи – зробити так, щоб дії працівників різних підрозділів були узгоджені, кожний орієнтувався на стратегічні показники усього підприємства [6, с. 26].

При аналізі нетрадиційних методів мотивації не треба забувати про нематеріальні методи, які на сьогодні мають теж неабиякий вплив на працівників. Це пов'язано з їх бажанням задовольнити свої вторинні потреби (у причетності, визнанні, самоствердженні). Саме тому ці методи мають соціально-психологічну направленість.

Нетрадиційними методами нематеріальної мотивації працівників, які використовуються у зарубіжних країнах та починають розповсюджуватися на вітчизняних підприємствах, є: гнучкий робочий час; можливість працювати вдома; існування корпоративного планування кар'єри; наявність програм навчання; надання працівникам додаткових днів відпочинку; подарунки працівникам фірми на різні свята; використання політики патерналізму.

За даними досліджень консалтингового агентства Watson Wyatt Heissmann було встановлено, що перші дві названі позиції стимулюють європейців на 75%, третя позиція – на 60%, а четверта – на 20%. Отже, для європейців стало актуальним можливість більш автономно розпоряджатися своїм часом та будувати кар'єру на базі отриманих нових знань [7].

Щоб мотиваційний процес був керованим, необхідно створити певні умови, а саме:

- треба мати повну й достовірну інформацію про об'єкт управління;
- постійно мати уявлення про стан і динаміку мотиваційної спрямованості персоналу;
- ретельно стежити за соціально-економічними наслідками управлінських рішень і вміти їх прогнозувати.

Враховуючи зарубіжний досвід, з огляду на те, що методи матеріальної мотивації в зарубіжних країнах здебільшого носять «інтернаціональний» характер, виділяють найсуттєвіші складові цього досвіду:

– Відсутність шаблонного мислення, повна самостійність і простір для експерименту, наближене право вибору в рамках дозволеного законом. Єдине обмеження – це економічна доцільність, що оцінюється не тільки з позиції сьогодення, а й з погляду у день прийдешній.

– Об'єктивна зацікавленість у сприятливій перспективі власника підприємства, менеджера, найманого працівника. Кожний остерегається втратити своє джерело доходу, тому ніхто не намагається «проїдати» все зароблене, навпаки, прагнуть більше вкласти в нові технології, у підвищення кваліфікації, в науку, що є однією з причин ефективного функціонування механізму соціального партнерства.

– Використання тарифної системи як інструменту диференціації оплати праці залежно від складності, умов праці, відповідальності за виконувану роботу в різноманітних її модифікаціях (єдина тарифна сітка, гнучкий тариф, пайова тарифна система тощо). При цьому відбувається диференціація оплати праці залежно від загальноприйнятих зарплато утворюючих чинників, і функція відтворення здатності до праці та підвищення її результативності.

Висновки і перспективи подальших розробок. Виходячи з вище викладеного матеріалу, слід відмітити, що праця в нашій країні, на відміну від високо розвинутих країн, на цей час розглядається лише як засіб заробітку, можна припустити, що потреба в грошах буде рости до певної межі, яка залежить від рівня життя, після якого гроші стануть умовою нормального психологічного стану, зберігання людської гідності. В цьому випадку у ролі домінуючих можуть виступати інші групи споживачів, зв'язаних з потребою у творчості, досягненні успіхів та ін.

Керівникам підприємств потрібно робити більший акцент на аспекти нематеріальної мотивації працівників.

При впровадженні конкретних методів мотивації на підприємстві, потрібно обов'язково враховувати фактор поділу всіх працівників на різні категорії, недопустимо застосування одних і тих же методів мотивації до всього персоналу. Крім того, необхідно більше уваги приділяти віковим характеристикам, освітньому рівню працівників, трудовому стажу.

Отже, можна зробити висновок, що ефективне управління виробничо-господарською діяльністю підприємств значною мірою залежить від використання вміло налагодженого мотиваційного механізму. Дослідження означених та інших проблем мотивації праці, розробка рекомендацій науково-практичного значення і пропозицій щодо забезпечення ефективності мотивації найманого персоналу є найважливішими завданнями економічної науки на сьогоденному етапі розвитку як нашої країни, так і суспільства в цілому.

Не зважаючи на те, що в сучасному суспільстві особлива увага приділяється матеріальному аспекту винагороди праці нематеріальна мотивація більш важлива, ніж матеріальна. Гроші дозволяють залучити і утримувати співробітників лише на деякий час, тоді як нематеріальна мотивація надихає їх на досягнення найкращих результатів тривалий час, дозволяє їм максимально розкрити і реалізувати свій потенціал. Адже, гроші є досить сильним мотиватором лише в тому випадку, якщо працівник вважає оплату своєї праці справедливою і бачить зв'язок між результатами своєї роботи і оплатою праці. В умовах кризи керівникам варто звернути увагу саме на нематеріальну мотивацію, адже зараз не кожна компанія може собі дозволити суттєво підвищити матеріальні винагороди.

Також слід враховувати, що для високооплачуваних категорій службовців, які займають відповідальні посади або володіють унікальними навичками та мають достатньо високу самооцінку буде замало лише матеріальної мотивації, на відміну від низько- та середньооплачуваних категорій персоналу, які, зазвичай, не задоволені рівнем свого доходу, і будь-яку можливість його підвищення, що не вимагає великих зусиль, сприймають як благо. Слід зазначити, що керівнику важливо знайти баланс між матеріальною та нематеріальною мотивацією.

Сьогодні неможливо ефективне управління організацією, не домігшись залученості всього

персоналу, який, у свою чергу, неспроможний на ефективну працю без мотивації. Мотивація до якісної праці є одним з головних питань менеджменту для будь-якої організації. Знання механізму мотивації дозволяє керівнику використовувати різноманітні форми визнання і оцінки праці працівників і ефективно їх застосовувати в різних ситуаціях.

Література

1. Гаркавенко Н.О. Професійна зайнятість населення в умовах зміни форм власності та розвитку підприємництва / Н.О. Гаркавенко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2007. – № 10. – С. 132–142.
2. Кебас М. Как работают теории мотивации / М. Кебас // УП. – 2010. – № 3. – С. 17–20.
3. Колот А. М. Мотивація персоналу : [підручник] / Колот А. М. – К. : КНЕУ, 2002. – 337 с.
4. Магура М. Секрети мотивації або мотивація без секретів / М. Магура, М. Курбатова. – М. : ИД "Управление персоналом", 2007. – 653 с.
5. Мельничук Д. П. Сучасні персонал-технології в управлінні людським капіталом організації / Д. П. Мельничук, Ю.В. Богоявленська // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2008. – №32. – 266 с.
6. Первушина М. Изменение в схемах стимулирования / М. Первушина // Управление персоналом. – 2009. – № 7 (190). – С. 24–26.
7. Слободская О. Нехватка кадров заставила работодателей стать креативнее: нестандартные способы стимулирования персонала [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://community.rosrabota.ru>

Надійшла 13.04.2011

УДК 331.5:303.62

О. В. ЗІРКО

Харківський національний економічний університет

ВИКОРИСТАННЯ КОН'ЮНКТУРНИХ ОПИТУВАНЬ ПРИ ОЦІНЦІ РИНКУ ПРАЦІ

Запропоновано методичний підхід до оцінки ринку праці, який дозволить удосконалити методику оцінювання процесів зайнятості та безробіття, та підвищити ефективність регулювання економіки країни та ринку праці.

A methodical approach to assessing the labor market, which will improve the method of evaluation of employment and unemployment, and improve regulation of the economy and labor market has been offered.

Ключові слова: ринок праці, оцінка зайнятості та безробіття, кон'юнктурне опитування.

Кінець ХХ – початок ХХІ століть характеризуються початком трансформації, пов'язаної зі зміною економічної системи. Одним з найважливіших чинників трансформаційних перетворень в Україні, сутнісною рисою ринкової економіки є ринок праці. На його основі організується ефективне використання людських ресурсів суспільства, створюються конкурентні умови в сфері соціально-трудова відносин, які, з одного боку, ведуть до вдосконалення якісних характеристик робочої сили, а з іншого, боку забезпечують ефективну зайнятість населення в суспільному господарстві, вирішення цілей підвищення добробуту всіх членів суспільства [1]. В період протікання кризових явищ в економіці країни, особливої актуальності набувають питання дослідження проблем, які пов'язані з формуванням попиту та пропозиції на ринку праці, з аналізом та прогнозуванням його кон'юнктури, регулюванням процесів зайнятості та безробіття. Сучасний стан ринку праці України висуває перед економічною наукою ряд проблем, які пов'язані, в першу чергу, з адаптацією існуючих теоретичних положень до нових підходів регулювання кон'юнктури ринку праці, а отже до розробки конкретних рекомендацій щодо регулювання та прогнозування розвитку ринку праці в кризових умовах. Проведений аналіз сучасних наукових розробок в області регулювання ринку праці в умовах системного розвитку кризових явищ показав, що існує велика кількість робіт, присвячених дослідженню процесів, що відбуваються на сучасному ринку праці. Серед найбільш значимих варто виділити роботи таких науковців, як С. Бандура, Д. Богиню, І. Бондар, В. Брича, М. Долішнього, А. Колота, Г. Купалову, Л. Лисогор, Є. Лібанову, В. Онікієнка, Н. Павловську, В. Петюха, В. Приймака. Однак, незважаючи на велику кількість досліджень у даній сфері, недостатньо розробленим є методичний підхід до оцінки диспропорцій на ринку праці, структурного безробіття, що передбачає не тільки просторовий і динамічний аналіз стану економіки держави й ринку праці зокрема, а також урахує розвиток підприємств, їхні очікування та вимоги, які вони висувають робочій силі.

Необхідно відзначити, що головною метою механізму державного регулювання ринку праці є стабілізація, пристосування та правильна взаємодія частин системи ринку праці до умов, що змінюються. Саме це обумовлює необхідність розробки методичного підходу оцінки ринку праці, який дозволить враховувати зміни в економіці та в поведінці економічних суб'єктів господарювання.

Метою статті є на основі аналізу та узагальнення існуючих науково-теоретичних та практичних

досліджень щодо розв'язання поданої проблеми запропонувати методичний підхід до оцінки ринку праці, який дозволить удосконалити методику оцінювання процесів зайнятості та безробіття.

Одним з найважливіших питань при прогнозуванні розвитку ринку праці є наявність інформації про наявну та перспективну структуру зайнятих та безробітних за сферами економічної діяльності та за професійними групами. Інформацію про наявну структуру зайнятих та безробітних містять дані офіційної статистики, інформацію про перспективну структуру зайнятих та безробітних отримують за допомогою використання різних методів економіко-статистичного аналізу. На підставі аналізу останніх публікацій можна зазначити, що серед основних методів аналізу ринку праці застосовуються кількісні методи: методи багатовимірного статистичного аналізу, кореляційний аналіз, економетричні моделі; моделі доповнені лагами і моделі рядів динаміки; балансові моделі; математичне програмування; виробничі функції різних рівнів складності, індексно-матричне моделювання. Дослідники при застосуванні цих методів в своїх роботах використовують дані офіційної статистики держави та спираючись на результати своїх досліджень формують висновки щодо стану та розвитку соціально-економічної системи держави, зокрема ринку праці. Головними джерелами інформації у процесі аналізу соціально-економічної діяльності держави та відповідного до цього проектування механізму регулювання ринку праці є переписи населення, матеріали поточного обліку населення і підприємств, результати моніторингу, який здійснює державна служба зайнятості, а також спеціальні вибіркові обстеження [2]. Найнадійнішу інформацію про населення містять його переписи. Проте постійні зміни на поточному ринку праці, а також наявність значного обсягу тіньової зайнятості в Україні не дозволяє спиратися лише на результати перепису як на найдостовірніше джерело інформації та будувати довгострокові прогнози. Державний комітет статистики України та Міністерство соціальної політики України ведуть поточні спостереження за населенням та ситуацією, що склалася на сукупному ринку праці. Вони отримують дані від Кримського республіканського, 24 обласних і 2 міських (Київ, Севастополь) управлінь статистики та центрів зайнятості. Оброблена та узагальнена інформація публікується в загальнодержавних, обласних, міських і районних виданнях. Однак треба відзначити, що дані офіційної статистики, хоча і є надійним джерелом інформації та охоплюють усіх суб'єктів господарювання, не містять у собі інформацію про оцінки та очікування підприємців, що безумовно є важливим при прогнозуванні їх економічної поведінки, а відповідно до цього і напрямів функціонування держави у цілому. Для адекватної характеристики процесів, що відбуваються у суспільстві, та прийняття обґрунтованих рішень у розвинених країнах світу, і особливо Європи, як надійний барометр стану економіки, її галузей та окремих підприємств використовують опитування думок керівників підприємств, що ґрунтується на кон'юнктурних обстеженнях. Кон'юнктурні опитування (КО) керівників підприємств – швидкий спосіб збору відомостей про оцінки керівниками положення справ на своїх підприємствах та очікувані (планові) зміни основних показників роботи підприємства. КО – відносно новий інструмент економічного аналізу в Європі. Перше опитування було проведено ІФО Інститутом економічних досліджень (Мюнхен, Німеччина) в 1949 р. Незабаром такі опитування з'явилися у Великобританії, Франції й Італії. З 1962 року ЄС робить зусилля по гармонізації (порівнянності) опитувань у країнах континенту [3]. Результати цих опитувань широко застосовуються для макроекономічного аналізу та прогнозування. В Україні такі дослідження до недавнього часу не проводилися, хоча аналітики та управлінці відчували потребу в узагальненій суб'єктивній інформації, з одного боку, і необхідних статистичних даних для розрахунків, з іншого. Тому запровадження кон'юнктурних обстежень стало нагальною потребою, що в свою чергу зумовило необхідність розробки та адаптації методології їх проведення і використання результатів [4]. Основна мета кон'юнктурних обстежень підприємств різних галузей економіки – оцінювання стану ділової активності суб'єктів господарювання, аналіз причин можливих змін цього стану, відстеження циклів ділової активності та побудова короткострокових прогнозів макроекономічних показників.

Процедури обстежень визначаються передусім фактором швидкості їх проведення [5]. Більшість обстежень проводяться із застосуванням анкет, розісланих поштою. Анкета проста, потребує небагато часу для заповнення, містить у собі невелику кількість запитань, запитання не потребують спеціальних розрахунків — керівництву достатньо оцінити тільки поточний стан основних показників роботи своєї організації за простою шкалою та вибрати напрям очікуваних змін. Під час кожного опитування керівники підприємств отримують бланк анкети, який необхідно заповнити. Майже всі показники, які застосовуються в обстеженнях, дають вихідну інформацію про зміни в майбутньому раніше, ніж відповідні дані, які отримуються за традиційними статистичними методами. Завдяки цьому ці показники мають прогностичні властивості, хоча й корелюють із основними параметрами економічних циклів. Це відбувається через те, що думки і прогнози передують реальним планам дій, а відповідна інформація потрапляє до офіційної статистики тільки після того, як ці плани вже реалізуються на практиці. Анкета КО містить дуже невелику кількість питань (не більше 15-20). Питання анкети носять якісний, а не кількісний характер. Проста конструкція питань і відповідей дозволяє респондентам заповнювати анкети швидко й без залучення інших співробітників або якої-небудь документації. Принципово важливо, що респондентом на кожному підприємстві має бути керівник максимально високого рівня, що має повне уявлення про положення справ на підприємстві та має безпосереднє відношення до керівництва підприємством (директор, заступники директорів, керівники підрозділів). З респондентами повинні підтримуватися стійкі відносини, тобто

повинна формуватися панель підприємств. Це забезпечує високий рівень повернення анкет і довіру учасників до організатора опитувань. Анкети розсилаються на підприємства по звичайній пошті, поштою відбувається й повернення анкет. Головним стимулом участі в опитуваннях є повернення на підприємства результатів опитувань.

КО мають як позитивні, так і негативні сторони [3]. До позитивних сторін можна віднести оперативність підведення підсумків, гнучкість системи показників (тобто легкість включення або виключення анкетного питання), можливість відстеження показників, що не мають прямого кількісного вираження, при наявності прямих неформальних контактів з респондентами – більшу вірогідність економічних показників і можливість відстеження «тіньових» економічних процесів. Регулярність опитувань дозволяє будувати тимчасові ряди; учасники опитувань мають змогу отримувати узагальнену інформацію щодо поведінки великої кількості підприємств, узагальнена форма підсумків опитувань гарантує конфіденційність індивідуальних відповідей і нівелює випадкові відхилення; учасники опитувань отримують непрямий доступ до інформації, яку зібрано іншими підприємствами і трансформовано в управлінські рішення [5].

Негативними сторонами опитувань звичайно вважаються: порядкові шкали відповідей на більшість питань, вибірковість опитувань, необов'язковість опитувань для керівників підприємств, відсутність у респондентів якої-небудь відповідальності за вірогідність відповідей.

У світовій практиці використовують різні підходи до організації кон'юнктурних обстежень [4]. Вони стосуються таких аспектів, як періодичність збирання даних; досліджувані сектори (галузі) економіки; кількість залучених до обстеження респондентів; кількість ланок в організаційній схемі; терміни спостереження; оптимізація витрат часу і коштів; форма взаємодії з респондентами, враховуючи добровільність їх участі; способи оприлюднення результатів тощо.

З урахуванням міжнародного досвіду в системі Держкомстату України М.В. Пугачова [4] пропонує використовувати організаційну схему проведення кон'юнктурних обстежень, цільовою установкою якої є забезпечення користувачів необхідною інформацією вчасно і з мінімальним бюджетом. Важливою ланкою проведення обстежень за цією схемою є територіальні управління статистики, які мають повну і актуалізовану інформацію щодо суб'єктів господарювання. Такий підхід забезпечує якісний склад регіональних вибіркової сукупностей, стабільність панелей респондентів та достатній рівень повернення респондентами анкет, а підтримка зворотного зв'язку з респондентами сприяє підвищенню якості даних. Враховуючи те, що оцінка та прогнозування попиту та пропозиції на ринку праці безпосередньо стосуються системи освіти, то на основі цього можна запропонувати закладам освіти взяти участь в певних етапах проведення кон'юнктурного опитування підприємств, таких як, наприклад, вибір респондентів, складання анкетних питань, вибір способів оприлюднення результатів.

Основою стратифікації вибіркової одиниці є види економічної діяльності (на рівні розділів і груп за КВЕД) та розміри підприємств (за чисельністю працюючих або обсягом робіт). Формування регіональних вибіркової сукупностей за видами економічної діяльності (промисловість, будівництво, роздрібна торгівля, сільське господарство і транспорт) відбувається на основі статистичного реєстру, створеного за даними форми №1–підприємство, та адміністративного реєстру (ЄДРПОУ). Добір підприємств для обстеження, тобто формування панелей респондентів, пропонується здійснювати з домінуючих за розміром груп за кожним видом економічної діяльності у такий спосіб, щоб обсяг панелі не перевищував 10% загальної кількості підприємств.

У більшості кон'юнктурних обстежень використовують фіксовану (постійну) панель респондентів. Серед переваг, які надає використання постійної панелі М.В. Пугачова виділяє [4]: необхідність встановлення першого контакту з підприємством-респондентом зводиться до мінімуму через відносну стабільність панелі; респондент звикає і адаптується до участі в обстеженні; через наявність попереднього досвіду участі в обстеженні респондент надає більш реальні та швидкі відповіді. Основними характеристиками панелі є: її обсяг; частка повернутих заповнених анкет; кількість відповідей, отриманих на кожне запитання; участь підприємства в обстеженні протягом визначеного періоду тощо. Встановлено, що частка невідповідей на блок основних запитань анкети зростає зі збільшенням кількості включених до анкети запитань, тому до списку питань необхідно включати найпотрібніші для дослідження.

Українські кон'юнктурні обстеження за видами економічної діяльності проводяться з квартальною періодичністю [4]. Анкети містять такі блоки запитань:

- постійні запитання для кожного обстеження; насамперед, це запитання гармонізованої європейської анкети;
- спеціальні запитання, що стосуються суто українських проблем, можуть змінюватися або ставитися на окремих відрізках часу;
- спеціальні запитання стосовно окремих явищ (стан корпоративного управління на підприємствах, форс-мажорні обставини тощо).

Системи показників кон'юнктурних обстежень підприємств промисловості, будівництва, роздрібною торгівлі та нефінансових послуг спираються на адаптовані до українських умов гармонізовані системи, рекомендовані Єврокомісією та ОЕСД. Зокрема, в системі показників промисловості використовуються

такі: поточні тенденції змін обсягів виробництва продукції та нових замовлень на продукцію підприємства, рівень запасів готової продукції, очікувані тенденції змін обсягів виробництва продукції та цін на продукцію, очікувані тенденції змін чисельності зайнятих, причини, що стримують виробництво на підприємстві, достатність виробничих потужностей, тривалість гарантованого виробництва (у місяцях), коефіцієнт завантаженості виробничих потужностей. З позицій дослідження ринку праці необхідним є отримання інформації про існуючу та очікувану зайнятість на підприємствах: відповідність рівня кваліфікації робочої сили потребам підприємства, основні кваліфікаційні вимоги, якими повинні володіти працівники, достатній рівень вмінь та навиків молодих працівників для виконання службових обов'язків, очікувані зміни в структурі зайнятих на підприємстві, основні причини звільнень та соціальних конфліктів, пропозиції щодо удосконалення системи освіти у певній сфері діяльності. Цей список питань повинен бути невеликим та коректним. Статистичний моніторинг зазначеної сфери діяльності підприємства не потребує запровадження додаткових обстежень, які би посилювали навантаження на респондентів; достатньо до анкет кон'юнктурних обстежень додати спеціальні запитання стосовно організації праці на підприємстві.

Проведений аналіз та узагальнення існуючих науково-теоретичних та практичних досліджень ринку праці дозволили удосконалити методичний підхід до оцінки ринку праці. Схематично етапи оцінки соціально-економічної системи «ринок праці» представлено на рис. 1.

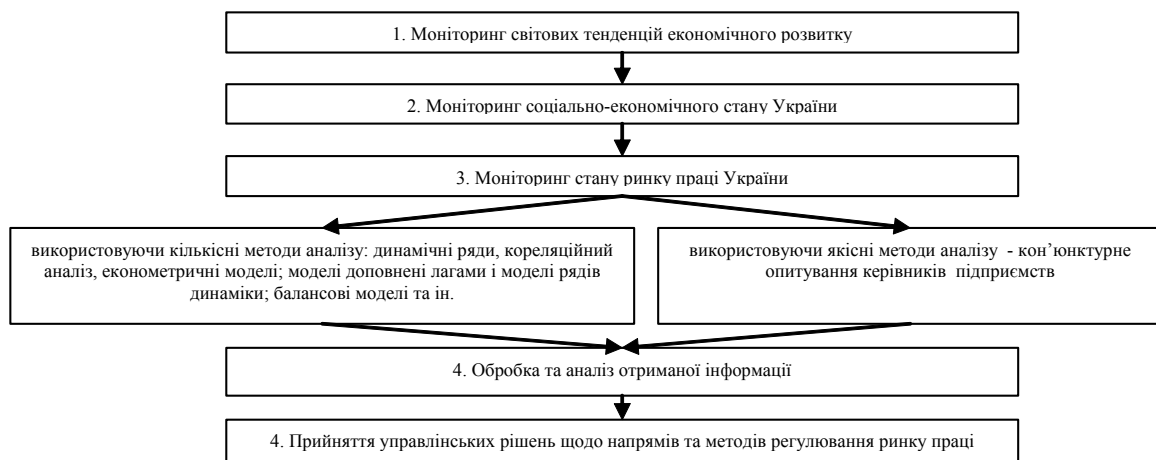


Рис. 1. Етапи оцінки соціально-економічної системи «ринок праці»

Таким чином проведений аналіз дозволив зробити наступні висновки:

- 1) опитування керівників підприємств дозволяють одержувати оперативну кон'юнктурну інформацію, відсутню в статистичній звітності;
- 2) наявність поточної інформації про очікування, вимоги підприємців до рівня знань, кваліфікації в конкретних сферах діяльності, за певними професіями дозволить скорегувати напрямки діяльності навчальних закладів з метою підвищення затребуваності випускників на ринку праці;
- 3) статистичний моніторинг різних аспектів економічної діяльності, зокрема сфери праці, є важливим інструментом забезпечення системи управління інформацією щодо закономірностей функціонування підприємств, визначення стратегій і прийняття стратегічних управлінських рішень на мікро- та макрорівні.

Проведене дослідження та запропонований методичний підхід до економічного оцінювання соціально-економічної системи «ринок праці» дозволяє удосконалити методіку оцінювання процесів зайнятості та безробіття, виявити ключові проблеми системи освіти, отримати більш точні та достовірні результати стосовно оцінювання стану підприємств, підвищити ефективність регулювання економіки країни та зокрема ринку праці з урахуванням розвитку підприємств, їхніх очікувань та вимог, які вони висувують робочій силі.

Література

1. Дударь А.П. Рынок труда – система отношений управления человеческими ресурсами [Электронный ресурс] / А.П. Дударь, М.М. Игошин // Культура народов Причерноморья. – 2005. – № 63. – С. 45–53. – Режим доступа : http://www.nbu.gov.ua/Articles/Kultnar/knp63/knp63_45-53.pdf.
2. Приймак В. Регіональні ринки праці України: трансформація та механізми регулювання : [монографія] / Приймак В. – Львів : Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2003. – С. 27-28.
3. Цухло С.В. Конъюнктурные опросы ИЭПП: проблемы организации и возможности анализа [Электронный ресурс] : тезисы доклада. – 24.03.2005. – Режим доступа : http://www.iep.ru/files/persona/tsukhlo/council_24.03.05.pdf

4. Пугачова М.В. Методологічні засади статистичного моніторингу ділової активності підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук : 08.00.10 [Електронний ресурс] / М.В. Пугачова ; Держ. акад. статистики, обліку та аудиту Держкомстату України. – К., 2008. – 36 с. – Режим доступу : <http://www.nbu.gov.ua/ard/2008/08pmvdap.zip>

5. Годун В. М. Інформаційні системи і технології в статистиці [Електронний ресурс] / Годун В. М., Орленко Н. С., Сендзюк М. А. – Режим доступу : <http://www.finance-library.com.ua/article.php?book=137&article=9483>

Надійшла 14.04.2011

УДК 332

В. М. ШАВКУН

Хмельницький національний університет

ГЛОБАЛЬНА ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА КРИЗА ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ

У статті розглядаються сутність глобальної економічної кризи та головні її прояви. Аналізуються теорії та погляди різних авторів на причини виникнення економічних криз у світі та в Україні.

In the article examined essence of global economic crisis, and its main displays. Theories and looks of different authors are analysed on reasons of origin of economic crises in the world and in Ukraine.

Ключові слова: глобальна економічна криза, причини виникнення економічних криз.

Функціонування ринкової економічної системи в умовах відкритості економіки та глобалізації неминує стикається з кризовими явищами. Одним з основних недоліків ринкової системи є те, що ринкове саморегулювання на певному етапі зумовлює циклічність економічного розвитку та економічну кризу. Головна фаза циклу Світова економічна криза 2008-2009 року не обійшла і Україну. Криза в Україні пов'язана з незавершеністю деяких важливих процесів ринкової трансформації, вузькістю внутрішнього ринку, залежністю від зовнішньої кон'юнктури, низьким рівнем економічного суверенітету в умовах високого рівня доларизації економіки, великим зовнішнім боргом, випереджальним зростанням фінансового сектора у відриві від реального, відсталою структурою економіки та її надмірною енергомісткістю.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням причини економічної кризи та економічних циклів присвячено багато досліджень представників різних економічних течій та шкіл. У працях класичної економічної теорії А. Сміта, Д. Рікардо, Т. Мальтуса, а також К. Маркса аналізується криза як економічна категорія, називаються причини економічної кризи перевиробництва. Представники неокласичної економічної теорії Дж. Кейнс, Ф. Мізес, С. Фішер, М.І. Туган-Барановський називають причини економічної циклічності; марксист М. Кондратьєв розкриває суть економічних циклів, називаючи їх «довгими хвилями». Серед вітчизняних економістів, які досліджували ці питання: А. Анікін, А. Гальчинський, В. Геєць, З. Луцишин, С. Мочерний, Н. Янковський та ін.

Мета дослідження. Проаналізувати сутність та причини виникнення економічної кризи ринкової економічної системи в глобальному середовищі через призму аналізу та використання зарубіжного досвіду. Показати вплив світової фінансово-економічної кризи на вітчизняну економіку та назвати головні внутрішні та зовнішні причини виникнення та поглиблення економічної кризи в Україні. З'ясувати особливості її протікання, соціально-економічні наслідки, та визначити шляхи подолання негативних економічних явищ.

Основні результати дослідження. Як відомо, при дослідженні економічного розвитку суспільства економічна циклічність розглядається як відхилення економіки від стану рівноваги. Представники класичної і неокласичної економічної теорії аналізували економічний цикл, який поділяється на чотири фази: криза (спад), депресія (застій), пожвавлення та піднесення. Криза характеризується падінням обсягів виробництва; банкрутством підприємств; зростанням безробіття та зниженням рівня доходів; потрясінням усієї банківської системи. Криза триває до встановлення рівноваги на найнижчому рівні з мінімальними обсягами виробництва та максимальними масштабами безробіття, економіка входить у фазу застою, для якої характерним є незначний попит та зростання маси вільного грошового капіталу, який сприяє відновленню виробництва. Настає фаза пожвавлення, у якій відбувається зростання виробництва і паралельно зростають доходи населення, поновлюється кредитування, зменшується безробіття. На цьому етапі економіка досягає кризового стану, створюються всі передумови переходу до останньої фази циклу – піднесення економічного розвитку, яке характеризується перевищенням стану економіки докризового рівня розвитку за рахунок зростання рівня виробництва у всіх галузях, збільшення попиту на продукцію, зростанням рівня цін, розширенням інвестування та кредитної експансії, максимальним рівнем зайнятості. Найпотужнішою фінансово-економічною кризою стала криза 1929–1933 років, яка отримала назву Велика депресія. Вона розпочалася з різкого падіння курсу акцій на Нью-Йоркській фондовій біржі у жовтні 1929 р. Ціни на акції знизились у два рази. Пізніше почала падати ціна акцій на біржах Берліна, Лондона, Парижа. Криза набула статусу світової.

Розглянемо еволюцію економічних теорій та їх представників, які досліджували причини виникнення, економічні і соціальні наслідки, та вказували на шляхи виходу з економічної кризи.

Дослідження причин і наслідків економічних криз проаналізував А. Сміта у праці «Дослідження про природу і причини багатства народів» (1776 р.), де кризи називав «перегріваними» економіки і зазначав, що такі перегриви є результатом спекулятивних дій, а саме: прикладом А. Сміт навів спробу банків залучити покупців облігацій виплатою високих відсотків, що призвело до повної втрати капіталу банками [1]. Думку А. Сміта підтримував у цей час Д. Рікардо, але він не враховував можливість кризи перевиробництва, або недоспоживання, наголошуючи на те, що на ринку можливе перевиробництво якогось одного товару, а не усіх товарів одночасно.

Поділяли погляди класиків політичної економії представники пізньої класичної політичної економії: Ж.-Б. Сей у праці «Трактат політичної економії»: (1803 р.) пояснював кризові явища в економіці диспропорціями, що виникають в процесі виробництва, обміну і споживання. Він відкидав можливість всезагальної економічної кризи.

Т. Мальтус, у свою чергу, виникнення криз пов'язував з проблемами перевиробництва продуктів і недоспоживання населення, заробітна плата якого визначалась певним прожитковим мінімумом. Допомогти процесу реалізації, на думку Т. Мальтуса, може середній клас.

Найбільш повне і чітке визначення суті економічної кризи перевиробництва зробили К. Маркс і Ф. Енгельс, які показали процес розширення і збільшення виробництва внаслідок нагромадження капіталу, і нерозвиненість ринку (реалізації) через відсутність попиту на ньому. Розширення ринків не встигало за розширенням виробництва, а тому ринки переповнювались масою нереалізованих товарів, готівка зникає із грошового обігу, кредитування припиняється, фабрики зупиняються, робітники втрачають роботу і засоби до існування. Розпочинається масове банкрутство підприємств, яке супроводжується застоєм. К. Маркс дає декілька визначень категорії «криза» у праці «Капітал», головним з яких є те, що криза – форма прояву всіх суперечностей капіталізму. Дав ґрунтовну характеристику економічній кризі і Дж.М. Кейнс у праці «Загальна теорія зайнятості, проценту і грошей» (1936 р.). Під кризою він розумів економічну проблему, яку здатна врегулювати держава шляхом монетарної політики. Дж.М. Кейнс пропонував необхідність державного втручання в економіку, а також визначив першопричини кризових явищ, які полягають у схильності до заощаджень. [2]. Продовжили дослідження причин економічної кризи представники кейнсіанства у 30-х рр. XX ст., які пропонували різні шляхи виходу, одним з таких шляхів є збільшення податків – до 60% заробітної плати, іншим – збільшення емісії грошових коштів в обігу для покриття державних закупівель і т.д. Особливо детально описаний механізм економічної кризи та етапи його формування у праці Л. фон Мізеса «Причини економічної кризи» (1931 р.). Такою причиною він називає зміни у діловій активності, коли банки починають самовільно змінювати рівень природної відсоткової ставки. Зниження природної відсоткової ставки призводить до зростання попиту на кредити серед населення та підприємців. Підприємці піднімають ціни на продукти, щоб вчасно повертати кредити, а це веде до підвищення інфляції. Населення у такій ситуації починає заощаджувати кошти в іноземній валюті, або нерухомості, національна валюта починає знецінюватися. Уряд забороняє банкам надавати дешеві кредити, щоб уникнути негативних явищ в економіці. Отже, причиною періодичності економічних криз Л. Мізес називає маніпулювання комерційними банками природною відсотковою ставкою [3].

В умовах глобалізації економічна криза набуває всеохоплюючого характеру. Глобальна фінансова криза 2008 року – найпотужніша криза з часів великої депресії. Криза проявилась у вересні 2008 року під час банкрутства, злиття або консервації декількох великих американських фінансових фірм. Розпочавшись з банкрутства великих фінансових установ в США, вона швидко розрослась у глобальну кризу, що призвела до банкрутства декількох європейських банків, падіння різних біржових індексів та значного падіння вартості акцій та товарів по всьому світу. Криза призвела до проблем ліквідності та дерегулювання фінансових установ в США та Європі, що далі посилювало кризу ліквідності. Світова фінансова криза перетворилась у валютну кризу, викликану бажанням інвесторів перевести свої капітали у сильніші валюти, такі як євро, долар та фунт стерлінгів, спонукаючи багато національних економік шукати допомогу у Міжнародного валютного фонду. Криза була викликана іпотечною кризою та є гострою фазою фінансової кризи 2007—2008 р.р.

Глобальна економічна і фінансова криза не обійшла і Україну. Несприятливі процеси на світовому ринку товарів і капіталів негативно позначились на економіці України.

В Україні були свої причини економічної кризи, успадковані ще від колишнього СРСР. Всі причини вітчизняні економісти поділяють на три групи. До першої групи віднесли причини успадковані від СРСР, до другої – невдало проведені економічні реформи, а третьої – причини, пов'язані з трансформацією економіки України до ринку, а саме:

- наявність глибоких диспропорцій в економіці, які проявились в тому, що частка виробництва групи А (виробництво засобів виробництва) становила 70%, а групи В (предметів споживання) – 30%, в той час як у розвинутих країнах має місце обернене співвідношення; отже, економіка орієнтована не на людину, а на виробництво заради виробництва;

- значна мілітаризація економіки – 35% від ВВП;

- значне фізичне та моральне зношування основних виробничих фондів, звідки низький рівень продуктивності праці та погіршення конкурентоспроможності на світових товарних ринках;

- розрив господарських зв'язків з країнами колишнього СРСР, внаслідок чого Україна втратила ринки збуту, джерела сировини, а це, в свою чергу, привело до зупинення багатьох підприємств. Через відсутність ресурсів та комплектуючих лише 20% підприємств мали завершений технологічний цикл. Україна стала залежною від світових цін на сировинні товари та енергоносії.

Причини, пов'язані з невдалим економічними реформами в державі:

- Невдале реформування економіки, впровадження теорії вільного ринку, який функціонував в країнах Заходу ще до економічної кризи (1929-1933р.р.). Ця політика знайшла свій прояв у шоковій лібералізації цін. Автори такої політики вважали, що високі ціни стимулюватимуть виробництво, але вони не врахували того, що у 80% населення просто не було грошей. Виникла диспропорція на ринку товарів і грошей.

- Відступ реформаторів від державного регулювання економіки, тобто, невміння раціонально поєднати механізм державного регулювання з ринковими важелями, як це використовують країни Заходу.

- Кланово-номенклатурний характер роздержавлення і приватизації, внаслідок якої державна власність перейшла до невеликої кількості осіб, причому, до державного бюджету надійшли незначні кошти.

- Непродумане впровадження купоно-карбованця, який не був оформлений як валютні ресурси власної (національної) банківської системи, відповідно не мав надійного захисту. Це стало однією з причин його катастрофічного знецінення. Замість функції захисту національного ринку він став засобом його спустошення. Так, купуючи нафту в Росії по 90 дол. за 1 т наприкінці 1993 р., Україна повинна була поставити товарів приблизно на 250 дол. На впровадження купоно-карбованця Україна витратила кілька десятків мільйонів доларів [6].

- Непродумана валютна політика, через яку неможливе раціональне встановлення валютних курсів.

- Недосконале податкове законодавство, поставило у невідгдане становище товаровиробника (через непомірний податковий тягар), і у вигідне, привілейоване – посередника.

До третьої групи відносять причини, які виникли в результаті трансформації економіки України до ринку:

- відкритість економіки, яка сприяла насиченню вітчизняного ринку іноземними товарами низької якості, але дешевшими ніж товари вітчизняного виробництва, в результаті деякі галузі та підприємства не вистояли у конкурентній боротьбі;

- залежність економіки від іноземного капіталу (з другої половини 2005 року значно зросли потоки капіталу в Україну; це призвело до валютних дисбалансів, підвищення рівня інфляції, що погіршило цінову конкурентоспроможність економіки; зростання дефіциту платіжного балансу та зовнішнього боргу; вже на сьогодні зовнішній борг України становить 82% від ВВП);

- відставання надійної кредитно-банківської системи, внаслідок чого комерційні банки отримують стократні прибутки, наживаючись від конвертованості валюти;

- масовий відплив капіталу за кордон в офшорні зони (щорічно 5-6 млрд. дол. США, що в сукупності складає 25-30 млрд. дол.) і т.д. [6].

Вище названі та ще багато інших зовнішньоекономічних причин поглиблюють економічну кризу та її соціальні наслідки, такі як інфляція, зростання цін на енергоресурси, товари народного споживання, продукти харчування; зростання безробіття, збільшення еміграції, особливо молодого працездатного населення з України.

Висновки. З метою подолання негативних явищ в економіці та створення сприятливих умов, які б спонукали її до швидкого виходу з кризи, держава повинна запровадити ряд стратегічних програм, насамперед, програми інвестиційного розвитку, спрямовані на стимулювання розвитку вітчизняного виробництва; платоспроможного попиту населення; розвитку малого і середнього бізнесу, що, в свою чергу, сприятиме зайнятості населення; впровадження ресурсозберігаючих технологій, що призведе до зниження витрат виробництва продукції; відновлення надання пільгових кредитів населенню та підприємцям; стимулювання розвитку аграрного сектору, особливо його головної галузі – сільського господарства і т.д.

В умовах економічної кризи, яка охопила реальний і фінансовий сектори економіки, держава повинна використати всі наявні інструменти для відновлення довіри до грошової одиниці, кредитно-банківської системи, довіри між учасниками ринку. Система фінансових інститутів повинна забезпечити макроекономічні пропорції між споживанням, заощадженням та інвестиціями.

Література

1. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / Смит А. – М. : ЭКСМО, 2007. – 332 с.
2. Кейнс Дж. М. Загальна теорія зайнятості, проценту і грошей / Кейнс Дж. М. – К. : Знання, 1998, – 210 с.

3. Мизес Л. Экономический кризи и его причины / Мизес Л. – СПб. : Либроком, 2003. – 224 с.
4. Бобиль В. Аналіз причин сучасної економічної кризи в Україні / В. Бобиль // Регіональна економіка. – 2011. – № 1. – С. 79-84.
5. Буковинський А. Шляхи подолання економічної кризи в Україні / А. Буковинський, Т. Унтковська // Економічна теорія. Науковий журнал. – 2009. – № 2. – С. 47-60.
6. Кондратчук К.С. Сущность и причины кризисных проявлений в мировой экономической системе. / К.С. Кондратчук // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 1. – С.57-63.
7. http://buklib.net/component/option,com_jbook/task,view/Itemid,36/catid,257/id,11323/
8. http://revolution.allbest.ru/economy/00133791_0.html

Надійшла 06.04.2011

ЗМІСТОВІ, ТЕХНОЛОГІЧНІ Й ГАЛУЗЕВІ АСПЕКТИ ОСВІТНЬОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

УДК 378.14

С. А. БУРИЙ

Хмельницький національний університет

ТЕХНОЛОГІЯ ОСВІТНЬОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Розглянута проблема створення ефективної технології освітнього менеджменту як на рівні навчального закладу так і безпосередньо навчального процесу.

The problem of efficient educational management technology formation at institutional level as well as educational process level has been researched.

Ключові слова: технологія, процес, освіта, менеджмент.

Сучасний рівень освіти в нашій державі визначає її подальший розвиток. Це стосується, в першу чергу, економіки, що безпосередньо впливає на зростання доходів населення, можливості задоволення різноманітних проблем, стабільності в сфері національної безпеки.

Прослідковується чіткий взаємозв'язок з освіченістю працівників, їх кваліфікацією, можливістю реалізувати свій інтелектуальний потенціал, втілити в життя нові ідеї, розробки, тобто реалізовувати інноваційний напрям розвитку суспільства. Екстенсивний шлях поступово вичерпує себе, що є абсолютно об'єктивним процесом, коли природні ресурси з плином часу вичерпують себе.

На теперішній час, все більше значення має освіта, яка для багатьох верств населення стає специфічним товаром і засобом до існування. Але постає проблема відповідності освіти тим швидким перетворенням які йдуть в економіці держави [2, с. 91-104].

Дуже суттєву роль в досягненні відповідного рівня освіти грає її організація, управління, координація, мотивація. Тобто мова має йти про освітній менеджмент, який є досить специфічною категорією, так як стосується унікальної здатності кожної людини – інтелекту.

Треба відмітити, що проблемам становлення і розвитку освітнього менеджменту на Україні приділяється все більше уваги.

Можна виділити наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених В.Г. Афанасьєва, В.П. Бєха, Л.А. Богачека, М.В. Гринькова, Л.В. Губи, В.В. Маслова, Л.І. Федулової, В.В. Шаркунова, О.Г. Штепи та інших.

Але в той же час, недостатньо розробляти певні концепції, теорії освітнього менеджменту. Освіта є дуже рухливою галуззю, за якою наша держава, на превеликий жаль, не займає провідних позицій в світі. Хоча треба відмітити, що інтелектуальний потенціал учасників навчального процесу дуже високий, але йому потрібно створити відповідні умови через суб'єктів навчального процесу. Тільки поєднання процесу управління освітнім закладом з процесом навчання дасть потрібний рівень освіти. Механізмом реалізації такого поєднання повинна стати ефективна технологія освітнього менеджменту.

Але перед тим як конкретизувати складові технології освітнього менеджменту, доцільно розглянути взаємодію елементів, які і створюють освітній процес [1].

В зв'язку з тим, що людина постійно знаходиться в так званому „інформаційному середовищі” на неї йде зовнішній потік відомостей, тобто різного роду зовнішній вплив, який відчувається і на рівні свідомості, і на рівні підсвідомості через сприймання органами чуття звуку, кольору, тепла, холоду, смаку і т.п.

Але з причин того, що таких відомостей дуже багато, мозок людини відсіює непотрібне, несуттєве, тобто включається функція „розуміння”. Внаслідок цього відомості перетворюються в інформацію. В процесі усвідомлення, інформація вже може стати знаннями. І ось тут, на мій погляд, дуже часто плутають два терміни „знання” і „освіта”.

Знання виступають у свідомості людини як відображення зовнішнього та внутрішнього світу через думки, уявлення, поняття і т.п. А ось освіту людина отримує в тому випадку, коли знання перетворюються в свідоме розуміння того де, як, коли, навіщо можна застосовувати їх для задоволення своїх потреб. І в той же час між знаннями і освітою не вистачає ще однієї ланки – досвіду, який може бути набути, інтуїтивним, генетичним, або ще якимось іншим. Головне, щоб знання отримувались разом з певним досвідом. Тоді людина дійсно отримує освіту і вже при її застосуванні, наприклад, на робочому місці, буде оцінюватись її кваліфікація. Цей процес отримання освіти можна відобразити схематично (рис. 1).

Звичайно, цей процес представлений в спрощеному вигляді, але одразу видно його „слабкі” ланки.

В першу чергу, це кількість, необхідність, якість інформації, яку під час навчання повинен засвоїти той же студент. Чи ставимо ми собі запитання: а чи всі учасники навчального процесу можуть протягом 4-5 років засвоїти той обсяг інформації, який від них вимагається у навчальних закладах? Чи всі розуміють необхідність в майбутньому цієї інформації, який рівень відторгнення частки інформації? І чи здатна молода людина визначити доцільність інформації, яка надходить ззовні, щоб вона свідомо перейшла в стан знань? Важко відповісти на ці питання, але навіть на рівні держави йде постійна дискусія стосовно кількості тих предметів, які викладаються у навчальних закладах. І не тільки кількості, але й обсягу, і доцільності.

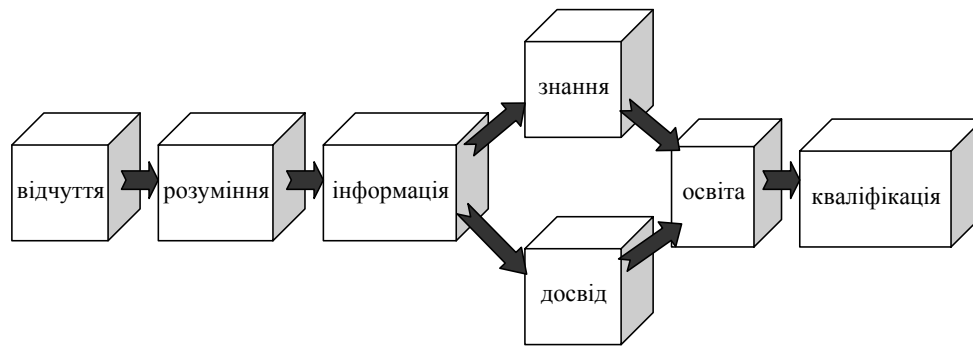


Рис. 1 Процес отримання освіти

Ще однією проблемою в процесі навчання є досвід. Механічне отримання знань без усвідомленого їх застосування не дасть ніякої користі при працевлаштуванні випускника навчального закладу. Тому важливим елементом є одночасний супровід теоретичної і практичної підготовки учасників навчального процесу.

На жаль, зараз у вищих навчальних закладах більше почала переважати теоретична підготовка. Причина цьому – простота контролю засвоєння знань через ті ж самі тести, наявність електронного доступу до джерел інформації. Практична частина навчального процесу ускладнюється зменшенням годин безпосереднього спілкування викладача зі студентом, більш формальним проходженням практики на підприємствах (організаціях).

Реалізація певної технології освітнього менеджменту повинна бути спрямована на підвищення ефективності всіх елементів навчального процесу. В її основі повинні лежати традиційні елементи технології менеджменту [3, с.21-22].

До них відносять професійну підготовку керівного складу організації, інформаційне забезпечення процесу управління і безпосередньо сам процес управління, який складається з функцій менеджменту, методів управління, процесу комунікацій і прийняття управлінських рішень.

Але, в зв'язку з тим, що освітній менеджмент є досить специфічною категорією, яка водночас має поєднувати в собі підсистеми управління освітнім закладом та управління процесом освіти, пропонується його технологію розглядати в розрізі цих двох підсистем, які взаємопов'язані і їх елементи тісно переплітаються один з одним. Неefективність однієї із підсистем або ігнорування якихось із елементів зведуть нанівець кінцеву мету освітнього менеджменту – отримання високого рівня освіти, який відповідає постійним змінам зовнішнього оточення, вимогам ринку праці.

Зупинимось на кожній складовій освітнього менеджменту більш докладніше.

Що стосується професійної підготовки керівного складу навчального закладу, то тут повинно враховуватись чисельність управлінців різного рівня, чіткий поділ функціональних обов'язків, від чого залежить і кількість спеціалістів, службовців, і допоміжного персоналу, що безпосередньо впливає на витрати і вартість освітніх послуг. Але всієї складовій повинен враховуватись і якісний показник безпосередніх виконавців навчального процесу: науково-педагогічних працівників. Залежно від рівня навчального закладу, повинен йти постійний процес оптимізації останніх, частина яких по відношенню до загальної чисельності працівників в еквіваленті повної зайнятості повинна складати не менше 80%. Логіка тут проста. Безпосереднім носієм інформації, знань, досвіду і є якраз науково-педагогічні кадри з відповідною підготовкою.

Під інформаційним забезпеченням в технології освітнього менеджменту повинно розумітись не тільки вчасне отримання якісної і достовірної інформації менеджерами освітнього закладу про його фінансовий стан, зміни якісного складу працівників, необхідність в підвищенні їх кваліфікації, поточні та кінцеві результати навчання учнів та студентів, але й максимальне використання новітніх інформаційних технологій, методичного забезпечення процесу навчання, його оптимізації з точки зору отримання необхідної інформації як для аудиторної, так і, особливо, для самостійної роботи.

Виконання загальних функцій менеджменту також необхідно розглядати як сукупність дій керівників навчального закладу, які спрямовані на дві підсистеми.

Так, функція „планування” повинна враховувати не тільки стратегічний розвиток навчального закладу (відкриття нових напрямків підготовки, спеціальностей, розширення матеріально-технічної бази і т.п.), але й вирішувати тактичні завдання стосовно розробки навчальних планів, їх оптимізації, планування навантаження викладачів. Треба враховувати, що деякі види діяльності викладацького складу, особливо наукова, не піддаються жорсткому плануванню, вимагають гнучкості і рухливості.

Виконання функції „організація” має оптимізувати структуру управління на всіх рівнях, кількість лінійних та функціональних підрозділів, визначити повноваження і відповідальність кожного керівника.

Мотивація є досить специфічним засобом впливу на ефективність роботи науково-педагогічного персоналу. Люди творчої праці є тією категорією, де матеріальне забезпечення складається не тільки з

можливостей задовольнити фізіологічні потреби в існуванні, але й складає підґрунтя для прояву інтелектуального потенціалу через можливість самоосвіти, підвищення рівня практичних знань, участі в наукових розробках, виданні статей, монографій, підручників.

Для учнів і студентів мотивація не повинна виступати тільки в межах справедливої оцінки їх знань, одержання стипендії, але й в наданні можливостей прояву здібностей, стимулювання активності в науковій роботі.

Контролююча функція досить широко повинна застосовуватись у всіх елементах освітнього менеджменту. Але не потрібно забувати, що контроль не є тільки автоматичним засобом фіксування якихось порушень, в його основі повинен лежати аналіз причин виникнення тих чи інших відхилень в управлінні чи навчальному процесі, розробка заходів з недопущення подібного в майбутньому.

Застосування методів управління в освітньому менеджменті потребує досить обережного, але цілеспрямованого впливу на весь навчальний заклад (кількість наказів, їх доцільність, однозначність). Економічні методи повинні поступово переважати чисте адміністрування. Особливу увагу необхідно звернути на соціально-психологічні методи: взаємовідносини викладачів зі студентами, залучення останніх до самоврядування. Особливого значення повинно набути приділення уваги виховній, роз'яснювальній, патріотичній роботі.

Процес комунікацій в освітніх закладах має ту ж саму функцію, що і в інших організаціях: створення ефективних каналів обміну інформації, прямого та зворотного зв'язку.

А ось прийняття управлінських рішень має свою специфіку. Адже всі рішення, які приймаються в освіті, спрямовані на людину, відчуються практично одразу, їх помилковість впливає дуже швидко, що ніяк не підвищує авторитет керівництву закладу і часто сприяє або відвертому, або прихованому опору серед членів колективу.

Звичайно, реформування освітньої галузі в нашій країні не обмежується тільки підвищенням ефективності технології освітнього менеджменту. Проблема освіти охоплює всі верстви населення і тому вимагає вирішення ще цілого ряду проблем, таких як правова база, фінансування, інформатизація, працевлаштування і т.п.

Література

1. Бурий С.А. Сучасні проблеми освітнього менеджменту в Україні / С.А. Бурий // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 3, т. 1. – С. 23–25.
2. Федулова Л.І. Інноваційна економіка : [підручник] / Федулова Л.І. – К. : Либідь, 2006. – 478 с.
3. Франчук В.І. Основи менеджменту : [навч. посібн.] / Франчук В.І. – Львів : Каменяр, 1997. – 97 с.

Надійшла 07.04.2011

УДК 37.01:004.9

М. В. ДИХА, Д. О. РИГА
Хмельницький національний університет

РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СИСТЕМІ ОСВІТИ ПІД ПРИЗМОЮ СУЧАСНИХ РЕАЛІЙ

У статті визначені напрями відставання розбудови інформаційного суспільства в Україні порівняно з її потенціалом і можливостями, світовими тенденціями. Обґрунтовано значення інформаційних технологій у вирішенні нових вимог до освіти, що обумовлені сучасними реаліями. Окреслені стратегічні цілі розвитку інформаційного суспільства в Україні.

In the articles certain directions of lag of re-erecting of informative society are in Ukraine by comparison to its potential and possibilities, world tendencies. Grounded value of information technologies in the decision of all new requirements to education, which are conditioned modern realities. The strategic aims of development of informative society are outlined in Ukraine.

Ключові слова: освіта, інформаційні технології, інформатизація, інформаційне суспільство.

Постановка проблеми. Визначальну роль у модернізаційних і трансформаційних процесах сучасного світу відіграє освіта. Одним з найважливіших напрямів реалізації сучасної освітньої парадигми є інформатизація освіти. У зв'язку з цим все більшої актуальності набуває використання інформаційно-комп'ютерних технологій у набутті знань і професійних умінь на різних рівнях системи освіти. Також у процесі переходу від традиційних методик викладання до навчання з використанням інформаційних технологій постає завдання пошуку та впровадження ефективних методів навчання, застосування інформаційних засобів в системі освіти, оптимальних щодо організації та результатів дидактичного процесу. Побудова ефективних систем інформатизації освіти з урахуванням світового досвіду, особливостей і реалій стану вітчизняної освіти – одна із актуальних і важливих наукових і практичних проблем.

Аналіз досліджень і публікацій. Вивченню різних аспектів використання інформаційних технологій в освіті присвячені численні дослідження. Проблема інформатизації сучасного освітнього

простору висвітлена в роботах багатьох вчених: Н.В. Воропай, Б.М. Богатиря, В.І. Гарбарчука, В.Г. Кременя, В.Ю. Бикова, О.П. Буйницької, А.П. Єршова, А.Я. Жаліло, В.Л. Іноземцевої, Ю.О. Жука, А.О. Кривошеєва, С.І. Романенко та багатьох інших. Питанням професійної підготовки майбутніх вчителів в умовах інформатизації присвячені роботи В.В. Бублик, М.М. Глибовець, Ю.О. Дорошенка, І.О. Завадського, В.Г. Кременя, А.М. Коломісць, В.В. Лаптева, М.П. Лапчик, Є.А. Ракітіна, І.В. Роберт, І.В. Чичкань та інших. Теорія проектування і використання інформаційних технологій у професійному навчанні відображена в працях Т.Л. Архипової, О.В. Вітюк, І.Г. Захарової, В.П. Кулагіна, І.М. Лукаш, В.В. Лапінського та інших.

Проте, сучасні цивілізаційні зміни пред'являють все нові і нові вимоги до видів діяльності, що здійснюються в системі освіти, обумовлюють необхідність її реформування та з'ясування ролі інформаційних технологій в освітньому процесі під призвою сучасних реалій.

Завдання: дослідити сучасний стан застосування засобів інформаційно-комп'ютерних технологій; обґрунтувати можливості використання сучасних інформаційних технологій направлених на підвищення ефективності видів діяльності, що здійснюються в системі освіти у процесі цивілізаційного розвитку; окреслити стратегічні цілі розвитку інформаційного суспільства України.

Виклад основного матеріалу. Освіта є складною ієрархічною системою, цілі і правила функціонування якої встановлюються законами та іншими нормативно-правовими актами України. Досягнення поставлених цілей і реалізація встановлених правил забезпечуються шляхом побудови відповідної організаційної структури системи освіти і здійснення в ній певних видів діяльності.

Перехід системи освіти на якісно новий рівень без її інформатизації просто неможливий. Здійснення інформатизації освіти вимагає з'ясування сутності цього процесу і визначення основних напрямків його реалізації. Різні підходи до визначення поняття інформатизація освіти відображають різні аспекти і складові процесу впровадження в систему освіти інформаційних технологій. Узагальнено ж можна сказати, що інформатизація освіти – це створення і використання інформаційних технологій для підвищення ефективності видів діяльності, що здійснюються в системі освіти. Основне завдання інформатизації освіти – впливати на виконувані види діяльності таким чином, щоб досягати поставлених цілей з меншими затратами ресурсів (часових, матеріальних, фінансових тощо).

Важливою віхою у створенні інформаційного суспільства в Україні в цілому, та інформатизації освіти зокрема, є прийнятий Верховною Радою України Закон України «Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки» від 9 січня 2007 року за № 537-V [1]. Розвиток інформаційного суспільства в Україні та впровадження новітніх інформаційно-комп'ютерних технологій в усі сфери суспільного життя визначений одним із пріоритетних напрямів державної політики.

Проте, варто констатувати, що ступінь розбудови інформаційного суспільства в Україні відстає від сучасних світових тенденцій і не відповідає потенціалу та можливостям України. Недостатньою є ефективність використання фінансових, матеріальних, кадрових ресурсів, спрямованих на інформатизацію, впровадження інформаційно-комп'ютерних технологій у соціально-економічну сферу. Рівень комп'ютерної та інформаційної грамотності населення, упровадження нових методів навчання із застосуванням сучасних інформаційно-комп'ютерних технологій є повільним. Не забезпечує всіх потреб економіки і суспільного життя рівень державної підтримки виробництва засобів інформатизації, програмного забезпечення та впровадження інформаційно-комп'ютерних технологій. Спостерігається нерівномірність забезпечення можливості доступу населення до комп'ютерних і телекомунікаційних засобів, а також поглиблення «інформаційної нерівності» між окремими регіонами, галузями економіки та різними верствами населення. Серед причин неналежного рівня розвитку інформаційних технологій в Україні є стан нормативно-правової бази інформаційної сфери. Тому, реформування освіти вимагає, передусім, внесення змін у нормативно-правові акти у сфері освіти, які викликають відповідні зміни в структурі та здійснюваній діяльності в сфері освіти.

Вирішення проблеми відсталості інформаційних технологій в Україні вимагає збалансованого загальнодержавного системного підходу. Розбудова інформаційного суспільства в Україні має базуватись на узгодженості дій усіх гілок влади, а також усіх її рівнів – від центрального до органів місцевого самоврядування з метою поєднання зусиль на стратегічних напрямках.

Інформатизація системи освіти як невід'ємна складова інформатизації України повинна здійснюватися згідно з єдиними державними нормативами та з урахуванням особливостей у сфері освіти.

Інформатизація освіти важлива не сама по собі. Вона повинна сприяти виконанню тієї місії, яка покладається на освіту суспільством. Можна погодитися з думкою Б.М. Богатиря, що найголовнішою місією освіти в сучасних умовах є забезпечення стійкого соціально-економічного і науково-технічного розвитку країни з урахуванням її національних і регіональних культурних і соціальних особливостей, а також глобальних тенденцій у світі [3]. Але, перш за все, освіта повинна сприяти розвитку різносторонньої, думаючої людини, людини з високими моральними якостями (адже, відомо, що знання можна використовувати як на «благо», так і на «шкоду» по відношенню до людини чи суспільства в цілому), людини як особистості, що обумовить розвиток суспільства.

Розвиток людської цивілізації потребує своєчасного і адекватного реагування системи освіти на виклики суспільства, які ним продиктовані.

Одним з основних чинників вирішення проблем в освіті в умовах сучасного цивілізаційного розвитку є інформатизація освіти.

Зокрема, зміна ідей, знань і технологій відбувається швидше, ніж зміна людського покоління. Навчити людину на все життя звичної, традиційної освіти неможливо. Тому слід змінювати функції навчального процесу в освітніх закладах. Поряд із засвоєнням базових знань необхідно навчати учнів, студентів самостійно оволодівати новими знаннями та інформацією, навчити навчатися, виробити потребу в навчанні впродовж життя. Суттєвою є також функція навчального процесу – навчити людину використовувати отримані знання у своїй практичній діяльності. Особливо це важливо в умовах, коли людство рухається до нової якості суспільного розвитку – суспільства знань, вирішальним чинником якого буде Людина, здатна діяти на основі отриманих знань і їх практичного використання.

У вирішенні зазначених проблем інформаційні технології мають вирішальне значення. Використання сучасних інформаційних технологій, враховуючи можливості Інтернету створюють умови надавання практично необмежених обсягів інформації з будь-яких галузей знань та можливість доступу до інформаційних ресурсів у будь-який час і в будь-якому місці. Через мережу Інтернет можна використовувати матеріали спеціальних навчальних курсів із різних дисциплін, обсяги яких постійно збільшуються. Інформаційні технології дають можливість кожній людині дистанційно навчатися впродовж усього свого життя, самостійно обираючи бажану галузь і траєкторію навчання. Тому, для більш повного і своєчасного вирішення проблем щодо відповідності освіти сучасним цивілізаційним змінам розвитку суспільства завданням інформатизації освіти є постійне вдосконалення програмних і технічних засобів з урахуванням досягнень педагогічних, психологічних і технічних наук, спрямованих на спрощення пошуку необхідної інформації, її засвоєння і практичне використання.

Ключове значення відіграють інформаційні технології в умовах процесів наростаючої взаємозалежності та цілісності світу. Глобалізаційні процеси сприяють підвищенню рівня інтеграції інформаційних, комунікаційних і комп'ютерних технологій, розвитку глобальних мереж, а з іншої сторони – ними обумовлені. Людина отримує нескінченну множину інформаційних впливів з усього світу, вступає у відносини і контакти з громадянами своєї та інших країн. Тому навчально-виховний процес в освітніх закладах, а також і соціальне середовище суспільства в цілому, мають бути максимально зорієнтовані на формування розвиненої, самодостатньої особистості, здатної приймати правильні рішення в умовах дії на неї всезростаючої кількості різноманітних впливів, часто суперечливих і протилежних. Завдання інформатизації освіти в умовах глобалізації – розробка, з урахуванням досягнень психологічної науки, спеціального програмного забезпечення, присвяченого формуванню особистості, а також врахування під час розробки програм з навчальних предметів фактору впливу їх майбутнього використання на формування особистості.

Зважаючи на те, що змістом і основним показником прогресу людства є розвиток кожної окремої людини на основі її здібностей, організація навчально-виховного процесу за принципом дитиноцентризму – єдиний шлях формування людиноцентристського, гуманного, демократичного й ефективного сучасного суспільства. Впровадження принципу дитиноцентризму потребує як зміни навчальних планів, так і зміни взаємовідносин учителя й учня, професора і студента. З огляду, насамперед, на застосування нових інформаційних технологій, учитель (викладач) має бути партнером учня (студента) в навчанні і розвитку. В організації навчально-виховного процесу за принципом людиноцентризму важливу роль повинні відігравати інформаційні технології. Уже сьогодні створені навчальні комп'ютерні програми і системи, які, певною мірою, спроможні адаптуватися до здібностей учня (студента). З метою покращення рівня інформаційного забезпечення освітнього процесу необхідно створювати, спільно з педагогами і психологами, навчальні комп'ютерні системи, які дозволять максимально наблизити навчання і виховання кожної дитини до її сутності, здібностей та особливостей. Особлива увага повинна бути приділена створенню навчальних комп'ютерних систем для людей з особливими потребами.

Одним із важливих факторів, що суттєво впливає на умови одержання якісної освіти, є можливість користуватися сучасними інформаційними технологіями. Тому, «забезпечити максимально наближені стартові можливості для учнів, студентів із різних сімей у здобутті освіти» в сучасних умовах означає, зокрема, забезпечити для всіх рівні можливості користуватися інформаційними технологіями. Особливо це стосується загальної середньої освіти, яку безкоштовно (за рахунок держави) повинні одержати всі громадяни України.

У процесі інформатизації освіти на державному рівні необхідно визначити науково обгрунтовані вимоги до засобів інформатизації, які необхідні і достатні для вивчення навчальних предметів в обсягах, передбачених державними стандартами загальної освіти; всі навчальні заклади, що надають загальну середню освіту, згідно з єдиними нормативами повинні бути забезпечені такими засобами.

Отже, інформатизація освіти є важливою складовою освіти. Тому, основними стратегічними цілями розвитку інформаційного суспільства в Україні мають бути:

- прискорення розробки та впровадження новітніх конкурентоспроможних інформаційно-комп'ютерних технологій в усі сфери суспільного життя;
- забезпечення комп'ютерної та інформаційної грамотності населення, насамперед шляхом

створення системи освіти, орієнтованої на використання новітніх інформаційно-комп'ютерних технологій у формуванні всебічно розвиненої особистості;

- створення загальнодержавних інформаційних систем, насамперед, у сферах охорони здоров'я, освіти, науки, культури, охорони довкілля.

Розвиток інформаційного суспільства в Україні має бути направлений на те, щоб кожній людині надати можливості для здобуття знань, умінь і навичок із використанням інформаційно-комп'ютерних технологій під час навчання, виховання та професійної підготовки. Необхідно створити умови для забезпечення комп'ютерної та інформаційної грамотності усіх верств населення, систему мотивацій щодо впровадження і використання інформаційно-комп'ютерних технологій для формування широкого попиту на такі технології в усіх сферах життя суспільства.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Реформування освіти і можливості застосування інформаційних технологій під час її здійснення дають підстави стверджувати, що вирішальним чинником досягнення основних цілей реформування освіти є її інформатизація. Ефективні системи інформатизації освіти можуть бути створені, якщо вони базуються на дослідженні видів діяльності, що здійснюються в системі освіти, і враховують як сучасний стан, так і можливі трансформації освіти у процесі її реформування, сучасний стан і перспективи розвитку галузі інформаційних технологій, останні досягнення педагогіки, психології та інформаційних технологій навчання.

Для успішного вирішення проблем ефективного використання інформаційних технологій в освітніх процесах в Україні доцільно комплексно проводити дослідження за вище окресленими напрямками з широким залученням до виконання цієї роботи наукових установ України, вищих навчальних закладів, виробників засобів інформаційно-комп'ютерних технологій та програмного забезпечення.

Література

1. Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки [Електронний ресурс] : закон України : [прийнято ВР 9 січня 2007 року № 537-V]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>.
2. Биков В.Ю. Моделі організаційних систем відкритої освіти : [монографія] / Биков В.Ю. – К. : Атіка, 2008. – 684 с.
3. Богатырь Б.Н. Система образования России как объект информатизации / Богатырь Б.Н. – М. : Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 1998. – С. 21. – (Школа-семинар «Создание единого информационного пространства системы образования»).
4. Кремень В.Г. Суспільство знань і якісна освіта / В.Г. Кремень // Освіта : всеукраїнський громадсько-політичний тижневик. – 2007. – № 13-14. – С. 17–30.
5. Гарбарчук В.І. Інформатизація навчання: методологічні, теоретичні та економічні проблеми / В. Гарбарчук // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 6. – С. 148–155.
6. Жук Ю.О. Системні особливості освітнього середовища як об'єкту інформатизації / Ю.О. Жук // Післядипломна освіта в Україні. – 2002. – № 2. – С. 35–37.
7. Створення програми інформатизації закладів освіти [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.edu-post-diploma.kharkov.ua/index.php?option=com_content&task=blogsection&id=33&Itemid=80

Надійшла 07.04.2011

УДК 338.138

Н. Ю. КАМЕНСКАЯ

ФГОУ ВПО Сибирская академия государственной службы, г. Новосибирск

ВОПРОСЫ КЛАССИФИКАЦИИ РИСКОВ НАУКОЕМКИХ ПРОИЗВОДСТВ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

При рассмотрении управления рисками наукоемких производств как подхода к организации системы управления предприятием в процессе осуществления инновационной деятельности классификация рисков служит своего рода алгоритмом проведения аналитических и регулятивных процедур, а также основой выделения областей, требующих повышенного внимания.

When dealing with science-based production as a risk management approach to the enterprise management in implementing innovation risk classification provides a mechanism for analytical and regulatory procedures, as well as the basis for selection of areas requiring greater attention.

Ключевые слова: управление риском, наукоемкие производства, инновационная деятельность.

Уровень развития науки во многом определяет эффективность экономической деятельности, обороноспособность, духовную и политическую культуру населения страны, защищенность личности и общества от воздействия неблагоприятных природных и антропогенных факторов. Сложилось качественно

новые политические, социальные и экономические механизмы, стимулирующие инновационное, поступательное развитие общества. К наукоемким производствам традиционно относятся те, которые обеспечивают получение нового качества продукции, развитие технологий ее изготовления, преобразование средств производства, труда, форм организации и управления, что в конечном счете приводит к повышению конкурентоспособности товаров, предприятий и государства в целом.

Высокая стоимость и потенциальная коммерческая ценность научных исследований заставляет все индустриальные и постиндустриальные страны самым внимательным образом относиться не только к выбору научных приоритетов и механизмов их реализации, но и к самому процессу реализации научных разработок, начиная со стадии генерации идей, и заканчивая стадией рыночного сопровождения готового продукта. Иными словами, для действующего наукоемкого предприятия инновационная составляющая требует постоянного внимания и приоритетного контроля ее реализации.

Управление рисками, в том числе, в сфере наукоемкого производства, в настоящее время можно рассматривать двояко:

– с одной стороны, под управлением рисками можно понимать комплекс мероприятий реактивного свойства, имеющий целью минимизацию последствий отдельно взятых видов риска (например, риска выбора контрагента или транспортного риска, которые можно исследовать обособленно вне изучения общей системы функционирования данного предприятия);

– с другой стороны, управление риском можно рассматривать как комплексный подход, одну из возможных систем управления предприятием.

Например, по аналогии с системой менеджмента качества, которая требует выстраивания взаимодействия всех элементов предприятия для достижения определенной цели, в данном случае – поддержания стабильности качества продукции или услуг, управление рисками как система управления имеет целью поддержание допустимой степени совокупного риска бизнеса. Под допустимой степенью риска в данном случае будем понимать допустимый уровень возможных потерь при соблюдении необходимой экономической эффективности деятельности, иными словами, баланс устойчивости и эффективности.

При рассмотрении управления рисками как системы одним из обязательных ее элементов, а также одним из этапов постановки системы управления рисками на предприятии выступает классификация рисков.

По сути, классификация рисков выполняет функцию алгоритма, на основе которого разрабатываются и создаются управленческие системы, формируется система показателей анализа и шкала оценки риска, осуществляются аналитические и оценочные процедуры, разрабатывается и реализуется комплекс мероприятий по регулированию, то есть по поддержанию допустимой степени риска. Про минимизацию риска в чистом виде в данном случае считаем говорить некорректным, так как в соответствии с прямой зависимостью между риском и доходностью цель в виде минимизации риска будет способствовать снижению экономической эффективности деятельности вплоть до отказа от инновационных проектов.

В основу построения классификации рисков наукоемких производств предлагаем брать формирование гипотезы о факторах рисков, то есть о тех обстоятельствах, субъектах или процессах, которые могут сдерживать развитие предприятия, создавать условия отклонения от поставленной цели. Факторы риска можно рассматривать как предпосылки наступления рискового события.

В качестве групп факторов рисков наукоемкого производства сегодня могут быть названы:

- дефицит или сложности с привлечением финансирования;
- дефицит высококвалифицированных кадров и сложность их мотивации;
- организация сбыта продукции;
- организационные аспекты создания и функционирования наукоемкого предприятия;
- особенности производственного цикла;
- несовершенство нормативного регулирования.

Действительно, из всех видов предприятий наукоемкие предприятия наиболее уязвимы, так как наукоемкая сфера отличается высокой стоимостью и длительностью обеспечивающих НИОКР, использованием дорогостоящего оборудования, длительностью производственного цикла, сильной зависимостью от соисполнителей и поставщиков, необходимостью и высокой стоимостью защиты интеллектуальной собственности и сложностью прогноза рынка.

В России накоплен обширный банк весьма перспективных научных и технологических разработок. Однако страна с огромным научно-техническим потенциалом оказалась в свое время неготовой к его реализации в условиях конкуренции и открытого рынка. Иными словами, мощным фактором риска является отсутствие специалистов, способных грамотно вести коммерциализацию научно-технических разработок, знающих, как организовать производство новинки, а затем продвинуть ее на рынок. Наука начинает принимать форму коммерческого предприятия, ученые становятся предпринимателями на “рынке идей”, результаты научной деятельности рассматриваются учеными как коммерческие продукты.

Соответственно, в ходе ведения наукоемкого бизнеса могут возникать потери в:

- технологическом процессе (если научные разработки предполагают наличие определенной технологии);
- организационных аспектах (передача информации, распределение ответственности...);

– процессе финансирования (привлечение финансовых ресурсов, формирование себестоимости, графики погашения заемных средств, дебиторская и кредиторская задолженность);

– труде (рабочее время, сотрудники – кадры);

– времени (потери времени – невыполнение графиков поставок, увеличение срока выполнения заказа и т.п.).

Устоявшихся критериев, позволяющих однозначно классифицировать все риски, не существует по ряду причин: специфике деятельности хозяйственных субъектов, различных проявлениях рисков и их различных источниках.

Опыт работы автора в данной сфере позволяет утверждать, что одной из классификаций, имеющих наибольшее практическое применение, является деление рисков по сфере их проявления. При этом данная классификация, будучи изначально разработанной для традиционных предприятий, может быть с известной легкостью адаптирована к предприятиям наукоемкой сферы деятельности.

Поскольку необходимость выделения рисков в отдельные группы, в числе прочего объясняется и потребностью в контроле за отдельными составляющими деятельности предприятия, согласно данной классификации для наукоемких производств выделяем:

1. Организационные риски, которые могут быть связаны с:
 - нерационально выбранной организационной структурой;
 - ошибками менеджмента компании, ее сотрудников;
 - проблемами системы внутреннего контроля, плохо разработанными правилами работ;
 - отсутствием или низким качеством регламентов передачи управленческих воздействий, распределения полномочий и ответственности;
 - низким качеством сбора, учета, обмена информацией;
 - недостаточным качеством документооборота.
2. Юридические риски, которые могут вытекать из:
 - несовершенства или возможности изменения действующего законодательства;
 - состояния договорных отношений предприятия;
 - качества документооборота с юридической точки зрения.
3. Производственно-технологические риски, обусловленные:
 - состоянием и использованием: средств труда (оборудования, нематериальных активов и пр.); предметов труда (запасов сырья, материалов, готовой продукции, затрат в незавершенном производстве, расходов будущих периодов); труда (используемой рабочей силы с точки зрения квалификации, текучести, соблюдения трудовой дисциплины, хищения, халатности, мотивации и пр.); капитала (собственного, заемного, оборотного); предпринимательских способностей; информации;
 - особенностями технологического цикла.
4. Финансовые риски, непосредственно связанные с компетенциями финансового менеджера и проявляющиеся в:
 - операционной, т.е. текущей, основной деятельности предприятия;
 - финансовой деятельности, связанной с привлечением и размещением финансовых ресурсов на краткосрочной основе, а также с выполнением краткосрочных финансовых обязательств;
 - инвестиционной деятельности, связанной с привлечением и размещением капитала на долгосрочной основе, осуществлением инвестиций и капитальных вложений.
5. Инновационные риски как особая зона контроля, обусловленные:
 - нестабильностью экономической конъюнктуры (финансовые потери из-за изменения цены товара, снижения или отсутствия спроса на продукцию и пр.);
 - системой планирования и проектирования инновационной деятельности/продукта (неверно заданные (завышенные или заниженные) плановые показатели и проектные величины могут впоследствии привести к дефициту финансовых ресурсов при исчерпании лимитов кредитоспособности, к недофинансированию деятельности, построенной на финансовых потоках от конкретного инновационного проекта, к кредитному риску заемщика и кредитора);
 - конкурентным фактором (опережение конкурентами в продвижении нового продукта на рынок, потеря конкурентных преимуществ и пр.);
 - неопределенностью в части реализации всего цикла научных разработок – от первоначальной идеи до готового продукта, имеющего потенциальную рыночную привлекательность, и формирования спроса на него.

Безусловно, подобный подход к классификации рисков наукоемких производств не является единственно возможным, но может быть взят за основу при построении системы управления рисками наукоемкого предприятия в контексте его инновационного развития.

Литература

1. Иванов А. Классификация рисков / А. Иванов // РИСК. – 1996. – № 6–7.
2. Ильенкова Н.Д. Некоторые направления построения классификации экономических рисков

предприятия / Н.Д. Ильенкова // Экономика и коммерция. – 1997. – № 1. – С. 95–108.

3. Каменская Н.Ю. Управление рисками как важная составляющая обеспечения экономической безопасности хозяйствующего субъекта наукоемкого производства / Н.Ю. Каменская // Актуальные проблемы безопасности в Сибирском регионе: Методология, методика, практика : материалы межвузовского научно-методического семинара. – Новосибирск : СибАГС, 2002. – С. 178–189.

4. Качалов Р.М. Управление хозяйственным риском / Качалов Р.М. – М. : Центр. экон.-математ. ин-т РАН; Наука, 2002.

5. Мельников А. Финансовые инновации и проблемы управления риском / А. Мельников // Управление риском. – 1997. – № 4. – С. 34–41.

6. Романов В. С. Рискообразующие факторы: характеристика и влияние на риски / В.С. Романов, А.В. Бутуханов // Управление риском. – 2001. – № 3. – С. 10–12.

7. Романов В. С. Понятие рисков и их классификация как основной элемент теории рисков / В.С. Романов // Инвестиции в России. – 2000. – № 12. – С. 41–43.

8. Тимофеев Т. Классификация видов рисков предпринимательской деятельности / Т. Тимофеев // Маркетинг. – 1997. – № 6.

9. Филин С. Обеспечение экономической безопасности инновационной деятельности / С. Филин // Инвестиции в России. – 2000. – № 12. – С. 29–40.

Надійшла 08.04.2011

Підп. до друку 05.05.2011. Ум. друк. арк. 25,53. Обл.-вид. арк. 14,78
Формат 30x42/4, папір офсетний. Друк різнографією.
Наклад 100, зам. № 448

Тиражування здійснено з оригінал-макету, виготовленого
редакцією журналу “Вісник Хмельницького національного університету”

Редакційно-видавничий центр Хмельницького національного університету
29016, м. Хмельницький, вул. Інститутська, 7/1, тел. (0382) 72-83-63
